GUIDES À L'INTENTION DES NOUVEAUX EXPORTATEURS DU SECTEUR DE L'HABITATION

COMMENT ÉVALUER LES ACHETEURS ÉVENTUELS

La SCHL contribue à l'amélioration du logement et des conditions de vie au Canada, notamment en communiquant les résultats de ses recherches. Elle tient à votre disposition une liste de produits d'information portant sur divers sujets de nature sociale, économique, environnementale et technique en rapport avec l'habitation.

Composez le 1-800-668-2642 ou visitez notre site Web à l'adresse suivante : www.cmhc-schl.gc.ca

This publication is also available in English under the title: Screening the Buyer, NHA 2036.

Canada

Ce projet a été financé par la Société canadienne d'hypothèques et de logement (SCHL). Toutefois, les avis et recommandations qu'on y trouve sont les avis et recommandations personnels des auteurs et la SCHL n'accepte aucune responsabilité à leur égard. L'utilisateur assume entièrement le risque lié à toute dépendance de cette information ou à toute mesure prise sur la foi de ces renseignements. Ce livre ne remplace pas les conseils de professionnels.

La Société canadienne d'hypothèques et de logement souscrit à la politique du gouvernement fédéral sur l'accès à l'information des personnes handicapées. Pour obtenir la présente publication sur des supports de substitution, composez le 1-800-668-2642.

© 1998, Société canadienne d'hypothèques et de logement. Tous droits réservés. La reproduction, l'entreposage ou la transmission d'un extrait quelconque de cet ouvrage, par quelque procédé que ce soit, tant électronique que mécanique, par photocopie ou par microfilm, sont interdits sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement. Tous droits de traduction et d'adaptation réservés pour tous les pays. La traduction d'un extrait quelconque de cet ouvrage est interdite sans l'autorisation préalable écrite de la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

ISBN 0-662-26724-9

Imprimé au Canada
Produit par la SCHL

Guide d'interprétation des icones

Les icones de conseils et de mise en garde visent à attirer votre attention sur des renseignements spéciaux.

Conseils

Mise en garde

Sources d'aide supplémentaires

Ce guide est destiné à vous initier à l'évaluation d'acheteurs éventuels. Il est axé sur les principales questions et n'entre pas dans les détails. Pour cela, nous avons relevé des sources supplémentaires d'information et de soutien.

Pour vous aider à trouver la source qui convient le mieux pour répondre à vos besoins immédiats, nous avons codé chacune pour indiquer ce qu'elle fait. Veuillez noter que pour avoir accès à certaines sources d'aide, vous devez être abonné; d'autres ne sont accessibles qu'aux résidents d'une province ou d'un territoire. Si une source offre diverses formes d'aide, elle a été codée en conséquence.

Cette source vous fournira de l'information *imprimée* ou *verbale*.

Cette source vous aidera à *trouver, comprendre* ou *faire quelque chose*.

Si vous êtes admissible, cette source vous fournira une aide *financière*.

Cette source vous offrira une formation sous forme de *séminaires* ou de *cours*.

Cet icone indique une source de soutien plus particulièrement axée sur l'industrie du logement.

Note: Les sources d'aide incluses dans cette publication reflètent la situation au moment de sa rédaction. Il se peut que certaines sources n'existent plus, d'autres peuvent avoir changé les services qu'elles offrent et il pourrait maintenant y en avoir beaucoup plus sur Internet.

Table des matières

INTRODUCTION 1

- Aperçu 2

1. COMMENT TROUVER DE L'INFORMATION SUR LES MARCHÉS 3

- Les sources gratuites et à faible coût 3
- L'information dont vous aurez besoin sur le marché 4
- Quelques indicateurs clés 4
  - Étudiez les marchés 5
  - Éliminez les marchés négatifs et présélectionnez les pays positifs 5
- Créer un profil du pays, du marché du logement et de l'acheteur 6
- Une note sur la corruption 9
- La pratique locale des affaires et les cadeaux 10
- Transparency International (TI) 10

2. LA RÉPONSE INITIALE : LA PRÉSÉLECTION 11

- Éliminez les pays et marchés risqués 11
  - Le questionnaire de présélection 13
  - Liste de contrôle du questionnaire de présélection 14
  - Réponse à la manifestation d'intérêt (Questionnaire) 17

3. LE SUIVI : L'ÉVALUATION 19

- Réagissez aux réponses de l'acheteur 19
- Envoyez la brochure sur votre entreprise et les fiches descriptives détaillées de vos produits 20
- Commandez un rapport de solvabilité 20
- Si le rapport est positif, envoyez une proposition de prix et négociez un contrat .. 20

4. ÉTUDES DE CAS 23

- Étude de cas n° 1 : Important exportateur de maisons préfabriquées vers le Japon 23
- Étude de cas n° 2 : Constructeur de maisons en 2 x 4 et autres exportant vers le Japon 25
- Étude de cas n° 3 : Procédure utilisée par un exportateur qui travaille avec des fabricants pour fournir du bois et des matériaux finis à des constructeurs et promoteurs étrangers 26
- Étude de cas n° 4 : Architecte exportant ses services vers la Russie 27

104-03510/

5. DE LA PROPOSITION DE PRIX À L'EXÉCUTION DU CONTRAT 29

- La proposition de prix 29
  - Liste de contrôle de la proposition de prix 29
- La négociation du contrat 30
- L'exécution du contrat 31
- Des clauses juridiques pour le contrat de vente 31

6. SOURCES D'INFORMATION SUR LE MARCHÉ 33

- Vue d'ensemble des pays 33
  - Information de base sur le pays 33
  - Information sur le commerce du pays 33
  - Résultats économiques du pays 34
  - Système de distribution du pays 34
  - Solvabilité du pays 35
- Le marché local du logement 35
  - Statistiques d'exportation 35
  - Normes et caractéristiques techniques locales applicables au secteur du logement 35
  - Prix sur le marché du logement 36
- L'acheteur inconnu 36
- Autres sources 38

7. SOURCES GRATUITES OU À FAIBLE COÛT DANS INTERNET 39

- Sites canadiens - Gouvernementaux 39
- Sites canadiens - Non gouvernementaux 40
- Sites internationaux - Généraux 40
- Les Nations Unies 41
- Sites internationaux - Par région géographique 41
  - États-Unis 41
  - Afrique et Moyen-Orient 42
  - Asie et pays côtiers du Pacifique 42
  - Europe 43
  - Amérique latine et les Caraïbes 43
- Comment utiliser les sources Internet pour votre recherche de présélectionh 44

8. SOURCES COMMERCIALES DANS INTERNET 47

- Numéros donnant accès aux vendeurs commerciaux 47
- Bases de données commerciales par région géographique 49

9. LA FORMATION ET LES COURS SUR L'EXPORTATION 57

10. BIBLIOGRAPHIE 59

Introduction

Ce livret est destiné au nouvel exportateur du secteur de l'habitation qui reçoit une manifestation d'intérêt spontanée d'un acheteur étranger inconnu. Vous pouvez être un constructeur, un fabricant de produits de construction résidentielle ou un fournisseur de services. Au milieu d'une journée occupée, quelqu'un de la Russie ou du Japon ou de la Jamaïque appelle votre service des commandes. Il dit que son entreprise est intéressée à acheter une quantité de votre produit ou service et demande qu'on lui en indique le prix.

Que faites-vous? Prenez-vous le temps de vous occuper de ce qui pourrait être un appel frivole ou choisissez-vous plutôt de ne tenir aucun compte de ce qui pourrait être une demande de renseignements sérieuse? Existe-t-il un moyen de traiter systématiquement toutes les manifestations d'intérêt spontanées de ce genre? Ce livret vous aidera à 1) élaborer une méthode pour trier les demandes d'outre-mer, éliminer les demandes fallacieuses ou désinvoltes et vous concentrer sur celles qui sont sérieuses et 2) une méthode générale pour répondre aux demandes de renseignements étrangères rapidement et de façon convenable, sans gaspiller du temps ou des ressources.

Cela suppose une stratégie en trois volets :

- Premièrement (et idéalement, avant que la demande spontanée vous parvienne), prenez le temps de vous renseigner sur les marchés d'exportation mondiaux de produits d'habitation. En d'autres termes, renseignez-vous sur le milieu économique, politique, juridique et culturel d'autant de pays et de leurs marchés que possible et éliminez les marchés indésirables. Décidez dans quels pays vous voulez faire des affaires et quels pays vous préférez éviter.

- Deuxièmement, élaborez un questionnaire prêt à télécopier à tout acheteur étranger éventuel, lui demandant de l'information sur le système de contrôles et de règlements relatifs à l'exportation du pays et sur le marché local de l'habitation; demandez aussi comment l'acheteur propose de vous payer et des références de sa banque et(ou) d'entreprises. Vérifiez ensuite l'information donnée par l'acheteur auprès d'une source indépendante (le questionnaire vous donne le temps de faire de la recherche sur le pays et le marché du logement de l'acheteur, si vous ne l'avez pas déjà fait, et de trouver des renseignements sur l'entreprise de l'acheteur).

- Troisièmement, si les renseignements ci-dessus sont positifs, faites faire une vérification du crédit de l'entreprise de l'acheteur. Si vous êtes satisfait de tous les renseignements ci-dessus et que vous voyez là un débouché extérieur viable, envoyez la documentation sur votre produit et un prix proposé à l'acheteur et procédez à la négociation de la vente.

Aperçu

Dans le chapitre 1, on organise les questions à poser pour obtenir de l'information sur le pays, le marché du logement et l'acheteur inconnus. Au chapitre 2, on élabore une règle générale de présélection d'après le type de marché pour servir d'indication de la solvabilité. On explique l'utilisation du questionnaire de présélection. Le chapitre 3 montre comment déterminer la solvabilité de l'acheteur et se fonde sur l'expérience d'exportateurs canadiens qui ont réussi. Dans le chapitre 4, on décrit le processus qu'utilisent quatre exportateurs canadiens prospères du secteur de l'habitation pour traiter les manifestations d'intérêt d'acheteurs étrangers. Le guide se termine par une liste exhaustive de ressources gratuites et commerciales.

1. Comment trouver de l'information sur les marchés

Dans ce guide, nous supposons que vous avez déjà fait des enquêtes sur au moins un marché-cible étranger. Pour évaluer une manifestation d'intérêt spontanée provenant d'un marché que vous ne connaissez pas, utilisez les connaissances, les méthodes et les techniques qui vous ont servi à faire la recherche sur votre marché-cible.

Vous avez besoin d'information sur le pays de l'acheteur, le marché local de l'habitation et la façon dont votre produit convient à ce marché, l'entreprise de l'acheteur et la concordance entre votre entreprise et celle de l'acheteur éventuel.

Les sources gratuites et à faible coût

Il existe beaucoup d'information gratuite ou peu coûteuse pour vous aider. L'exportation est unique du fait qu'un groupe important d'organismes et d'individus des secteurs public et privé sont là pour vous aider en vous donnant des conseils professionnels gratuitement ou à peu de frais : ils comprennent votre banque, la Société pour l'expansion des exportations, le MAECI et les délégués commerciaux dans les ambassades du Canada, les associations commerciales et d'exportation, les agents maritimes, les transporteurs et les transitaires. Vous trouverez une liste des ressources canadiennes dans le *Répertoire des sources offrant un soutien aux exportateurs canadiens du secteur de l'habitation* de la SCHL. Vous pouvez communiquer avec la plupart d'entre eux en direct (voir le chapitre 7).

Ce chapitre présente le type d'information dont vous avez besoin pour créer un profil du pays, de l'industrie et de l'acheteur. Les ressources nécessaires pour trouver l'information sont énumérées dans les chapitres 6 à 11 :

- bases de données gratuites ou à faible coût dans les bibliothèques et d'autres sources présentant l'information par pays d'abord, puis par industrie et acheteur ainsi que par région géographique;
- ressources gratuites dans Internet; et
- vendeurs commerciaux de base de données avec lesquels on peut communiquer en direct et liste de leurs services organisés par région géographique.

L'information dont vous aurez besoin sur le marché

Information sur le pays

Utilisez d'abord les ressources gratuites. Internet offre d'excellentes sources d'information sur presque tous les pays du monde. Presque toute l'information dont vous avez besoin sur l'économie du pays de votre acheteur spontané est disponible sans frais ou à un coût relativement bas sur papier ou en direct (par exemple, commencez par le *CIA Factbook 1995* en direct).

Information sur le marché du logement

Il se peut que vous puissiez aussi obtenir gratuitement des données sur l'industrie du logement dans les pays mieux développés. Dans le cas des économies du tiers-monde et en transition, les données pourraient ne pas être fiables ou ne pas exister. Vous devrez probablement payer un vendeur de base de données commerciale pour obtenir de l'information sur le marché local du logement et les créneaux. Les publications de l'Economist Intelligence Unit (EIU) sont une bonne source par laquelle commencer pour obtenir un aperçu précis des marchés.

✓ *En vous fondant sur l'information que vous aurez recueillie sur le pays et l'industrie du pays à l'étude, décidez si vous voulez procéder à l'évaluation de l'acheteur. Une grande partie de cette information est disponible de sources ouvertes, mais il n'en est pas ainsi pour les données sur la solvabilité de l'acheteur.*

Information sur l'acheteur

Votre banque et la SEE vous donneront certains renseignements sur la solvabilité du pays et du marché. Si votre évaluation du pays et du marché du logement est positive et que vous y voyez un débouché extérieur possible, envoyez le questionnaire de présélection décrit au chapitre 2 à l'acheteur. Si les réponses données dans le questionnaire sont satisfaisantes, commandez un rapport de solvabilité sur l'acheteur d'une source commerciale comme Dun & Bradstreet. Si vous êtes satisfait du rapport, proposez alors un prix à l'acheteur solvable.

Quelques indicateurs clés

Nous ne vous recommandons pas de faire une étude de marché détaillée chaque fois que vous recevez une manifestation d'intérêt spontanée. Jetez plutôt un coup d'oeil aux indicateurs, c'est-à-dire aux questions que vous devriez poser et qui sont indiquées ci-dessous, et choisissez quelques indicateurs clés qui vous permettront de vous faire immédiatement une idée du pays et du marché. Plusieurs indicateurs sont proposés ci-dessous (par exemple, produit national brut (PNB), revenu par habitant et chômage, qui sont des indicateurs de la prospérité générale; le nombre de téléphones ou d'ordinateurs par habitant, pour vous donner une idée de

la disponibilité de communications et du niveau de technologie). Choisissez-en plusieurs, renseignez-vous sur la façon d'obtenir ces renseignements à la bibliothèque ou en direct et comparez-les aux niveaux canadiens pour obtenir une indication du niveau où le pays se situe.

Apprenez à utiliser judicieusement les sources d'information géographique énumérées dans les chapitres 6, 7 et 8. Éliminez les pays et marchés risqués et concentrez-vous sur ceux qui sont prometteurs. Encore une fois, choisissez plusieurs bases de données et sources que vous pourrez apprendre à bien connaître, afin que vous puissiez évaluer rapidement un pays mal connu. Ne soyez pas intimidé par le nombre de sources. Une fois que vous saurez ce que vous devez chercher, l'évaluation pourra se faire très rapidement.

Étudiez les marchés

L'idéal serait que vous soyez prêt pour toute manifestation d'intérêt spontanée avant d'en recevoir une. Étudiez les pays du monde. Regroupez-les géographiquement et par type d'économie ou de système politique (voir le chapitre suivant). Lisez les pages sur le commerce international des journaux de niveau international, comme le *Globe and Mail* ou le *New York Times*. Si vous vous intéressez à une région particulière du monde, procurez-vous des périodiques commerciaux locaux et étudiez-les à fond.

Abonnez-vous à *CanadExport* du MAECI (il est gratuit; voir le chapitre 10) pour voir avec quels pays d'autres exportateurs canadiens du secteur de l'habitation font affaire. Abonnez-vous à d'autres publications sur l'exportation et l'investissement à l'étranger. Lisez des livres sur l'exportation. Efforcez-vous de devenir un exportateur bien informé et averti. Décidez le plus tôt possible dans quelles parties du monde vous voulez faire des affaires.

Éliminez les marchés négatifs et présélectionnez les pays positifs

La méthode de présélection proposée ici est simple. Premièrement, éliminez les pays marginaux ayant des problèmes économiques ou politiques, des difficultés financières ou une agitation ouvrière. Deuxièmement, recueillez de l'information pour trouver un marché local du logement qui convient bien à votre entreprise et à la commercialisation de votre produit. Ensuite, lorsqu'une proposition spontanée vous parvient, vous serez prêt à présélectionner l'acheteur ou non, selon la recherche que vous aurez faite.

Créer un profil du pays, du marché du logement et de l'acheteur

Liste de contrôle du pays

Cherchez des réponses dans les domaines généraux suivants pour le pays-cible :

- **Géographie et données démographiques** : Examinez la taille, la composition et la distribution de la population; la géographie et le climat; et le réseau de communications. Utilisez-les pour vous faire une idée du degré de perfectionnement technologique du marché et de ses systèmes de transport et de distribution. Combien y a-t-il de téléphones par habitant? Combien de télécopieurs? D'ordinateurs? Les ports, les installations portuaires, les routes et les aéroports sont-ils de bonne qualité? Est-ce qu'il y a des risques d'inondation, de séismes, de sécheresse ou d'autres perturbations naturelles?

- **Économie/régime politique et politique financière** : Examinez les indicateurs de la stabilité économique et politique (répartition du revenu); le niveau de richesse général; la disponibilité d'importations en général. Est-ce que la prospérité du pays dépend d'une ou de deux cultures ou de quelques grandes industries? Quelles sont les conditions économiques actuelles et quelles sont les perspectives économiques? Quel est le pouvoir d'achat relatif de la population? Quel est le niveau de l'activité économique (PNB)? Quel est le taux de croissance économique actuel et quelles sont les prévisions pour les cinq prochaines années?

Quel est le régime politique du pays : démocratique ou autoritaire? Extrêmement contrôlé ou décentralisé? Y a-t-il de l'agitation ouvrière ou sociale? Est-ce que le gouvernement est favorable à l'entreprise? Est-ce qu'il intervient dans l'économie? Quel est l'ampleur de la corruption officielle qu'on y trouve? (Voir Transparency International.)

Quelle est la politique financière du pays? Est-ce que son budget est équilibré? Est-ce qu'il a des réserves de devises étrangères importantes? Quel est le taux de change actuel? Est-ce qu'il est généralement fort et stable, variable ou faible? Est-ce que la monnaie est entièrement convertible? Est-ce qu'il y a des contrôles des changes en vigueur; à quel point sont-ils rigides et quels retards des paiements sont-ils susceptibles de causer? Est-ce que le pays impose des restrictions aux transactions en devises fortes? Quel est l'ampleur du commerce avec le Canada? Quel est l'ampleur du commerce dans le secteur de l'habitation?

Il se peut que vous ayez des relations ou que vous voyiez des avantages sur un marché instable; avant de vous engager, déterminez si votre banque fait des affaires dans le pays et si la Société pour l'expansion des exportations assurera votre opération.

- **Affaires, société et culture** : Est-ce que le pays est une société industrielle établie, un marché naissant ou un pays en développement? Est-ce que le pays de l'acheteur a une réputation d'intégrité commerciale? Comment les gens font-ils des affaires dans ce pays – de façon méthodique ou impulsive? Quelles sont la langue, les coutumes et la culture du pays? Est-ce que vous les connaissez? Dans l'affirmative, et notamment si vous (ou quelqu'un de votre entreprise) parlez la langue, vous disposez d'un immense avantage.

Est-ce que l'anglais ou le français sont beaucoup parlés? Cela surmonterait l'inconvénient que présentent les différences linguistiques.

- **Milieu juridique** : Est-ce que des lois commerciales régissent les contrats de vente, les droits des créditeurs et des débiteurs, la faillite, les effets de commerce, etc. suffisamment pour protéger votre entreprise? Est-ce que le pays a déjà déclaré des moratoires et des cessations de paiement aux créanciers étrangers? Est-ce qu'il y a des exigences juridiques ou administratives spéciales relativement à la documentation ou aux formalités douanières?

À quelles normes juridiques (caractéristiques techniques) vos produits de construction résidentielle doivent-ils satisfaire pour pouvoir être importés dans le pays? À quelles barrières tarifaires ou non tarifaires vos produits font-ils face? Votre acheteur doit obéir aux lois, aux politiques et aux procédures de son pays en matière d'importation, tout comme vous devez respecter les lois canadiennes et provinciales. Quelles lois commerciales locales influent sur l'importation de vos produits?

D'une plus grande importance encore, quel est le contexte juridique général du pays par rapport au commerce extérieur? S'agit-il d'une nation commerçante imposant peu de restrictions au commerce, ou d'une nation extrêmement contrôlée? Quelles restrictions concernant les blocs commerciaux s'appliquent (Union européenne, Association des nations de l'Asie du Sud-Est)?

- **Contrôles à l'exportation du gouvernement canadien** : En général, ceux-ci ne s'appliquent pas aux produits de construction résidentielle, mais si vous produisez des produits de haute technologie qui pourraient être adaptés à une utilisation militaire, ils sont restreints s'ils figurent sur la Liste des marchandises d'exportation contrôlée. Les marchandises ne peuvent pas être exportées vers les pays nommés sur la Liste des pays visés par contrôle. Un exemple de produit de construction résidentielle qui pourrait être contrôlé est un puissant ordinateur central pour régler les systèmes CVC d'un immeuble qui sera construit en Libye. Il se pourrait qu'on vous refuse un permis d'exportation (vérifiez auprès du MAECI).

Liste de contrôle du marché du logement

- **Taille du marché** : Quelle est la taille du marché du logement, et notamment du marché pour votre produit ou service? Comment s'est-il développé au cours des cinq dernières années? Quel a été son taux de croissance? Qu'est-ce qui a alimenté cette croissance? Les statistiques sur les pays ne faisant pas partie des 28 membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) peuvent être sujettes à caution ou inexistantes. Vous devez chercher des données passées et actuelles et des prévisions sur le volume du marché et la consommation par habitant établies par le gouvernement et des organisations commerciales.

Essayez de déterminer pourquoi votre secteur du marché s'est développé comme il l'a fait. Est-ce que le revenu disponible de la population a augmenté? Est-ce qu'il y a une demande de produits de construction résidentielle importés? Quel est le type de logement que les gens aiment et dans lesquels ils vivent?

- **L'industrie du logement et votre concurrence** : Vous devez vous renseigner sur la structure du marché du logement résidentiel et de votre segment ou créneau particulier. Quels sont vos concurrents locaux et étrangers, y compris d'autres sociétés canadiennes? Est-ce que le marché est engorgé? Qui le domine (en détient la plus grande part)? Quels obstacles devrez-vous surmonter pour y entrer? Certains pourraient être liés aux préférences en matière de logement : est-ce que les gens connaissent les avantages de la construction canadienne à ossature de bois? Par ailleurs, le problème pourrait avoir trait aux règlements du gouvernement : à quels droits d'utilisation, normes et exigences en matière d'homologation, entraves à l'importation, lois sur le contenu local et règlements techniques votre produit est-il assujetti sur ce marché?

- **L'infrastructure de commercialisation** : Est-ce qu'il y a un réseau de vente et de distribution de votre produit dans ce pays? Est-ce qu'il y a des firmes pour s'occuper des études de marché, des relations publiques ou de la publicité? On en trouve habituellement dans les pays développés ayant des télécommunications et médias modernes comme des journaux, des revues, la télévision et la radio. En général, ce type de marché peut soutenir l'importation de produits canadiens de construction résidentielle, notamment si le taux de change est favorable.

Les marchés n'ayant pas une forte infrastructure de commercialisation, comme les pays sous-développés du tiers-monde, seraient probablement davantage intéressés aux importations de projets de construction industrielle financés par les banques de développement et nécessitant les services de génie-conseil et d'entrepreneurs en construction. Pour plus de renseignements sur ces possibilités, consultez le guide de la SCHL intitulé *Comment traiter avec les institutions financières internationales.*

Liste de contrôle de l'acheteur inconnu

Voici les questions essentielles à poser sur l'acheteur : Est-ce que cette entreprise est capable et susceptible de payer? Est-ce qu'elle a la capacité et l'infrastructure pour livrer mon produit à ses clients? Est-ce que mon produit est le bon pour cette entreprise et ses clients?

En plus, vous devriez obtenir de l'information de base sur l'entreprise et sa solvabilité, y compris :

- le nom de la société mère;
- si l'entreprise fait ou non partie d'un groupe d'entreprises;
- son nombre d'années d'activité;
- la taille de ses opérations et l'ampleur de ses activités d'importation;
- le type de société : individuelle, de personnes, à responsabilité limitée, etc.;
- une évaluation de sa solidité financière;
- sa cote de solvabilité;
- une évaluation de sa capacité de payer;
- le nom de sa banque, de son comptable, de son vérificateur; et
- la réputation de l'acheteur dans son secteur d'activité. Obtenez des références.

Une note sur la corruption

Le commerce international a toujours dû se rendre à l'évidence de la participation de fonctionnaires, de gens d'affaires et même de purs criminels aux opérations commerciales d'exportation et d'importation dans de nombreux pays. Aucun pays n'est exempt de la corruption, bien que certains soient clairement plus touchés que d'autres par ce fléau. L'exportateur ne peut pas se permettre de fermer les yeux sur cette réalité. Ainsi, les gens d'affaires canadiens doivent bien comprendre que lorsqu'ils traitent avec un autre pays, on s'attend à ce qu'ils se comportent comme s'ils faisaient des affaires au Canada. Toutes les lois canadiennes qui réglementent le commerce au pays s'appliquent aux opérations commerciales à l'étranger.

Vérifiez la situation actuelle du pays par rapport à l'«indice de la corruption» de Transparency International. S'il s'agit des «dix pires», vous auriez une excellente raison de cesser immédiatement d'envisager d'y faire des affaires.

Souvenez-vous que vous êtes assujetti aux lois fédérales et provinciales canadiennes, que vous fassiez des affaires au pays ou à l'étranger. Évitez les pratiques commerciales qui vont à l'encontre de ces lois ou même qui semblent enfreindre votre propre éthique commerciale.

La pratique locale des affaires et les cadeaux

La pratique locale des affaires comprend souvent la remise et même l'échange de cadeaux pendant les réunions d'affaires. Il ne s'agit pas de corruption, mais simplement d'une bonne pratique commerciale. Cela favorise la confiance et la bonne volonté qui se traduiront par des ventes dans l'avenir. Apprenez la bonne façon de faire des affaires en imitant le comportement des gens d'affaires dans le pays où vous voulez devenir actif, c'est-à-dire en vous renseignant sur la pratique des affaires, ses rites, l'échange de cartes et l'échange de cadeaux.

Transparency International (TI)

Une nouvelle organisation a été créée pour suivre l'évolution de la corruption officielle dans le monde et travailler à sa réduction. Établie à Berlin en 1994 par Tobias Eigen, un ancien haut fonctionnaire de la Banque mondiale, Transparency International (TI) est un organisme international sans but lucratif qui, entre autres, publie un bulletin sur les efforts des divers pays et organismes pour lutter contre la corruption dans les secteurs public et des affaires. TI cote aussi les pays selon un niveau de corruption perçu au moyen de ce que l'organisme appelle un indice de la perception de la corruption. Il englobe actuellement 54 pays (en août 1996); d'autres viendront s'y ajouter à mesure que TI étendra son réseau d'interviewés du monde des affaires. L'indice se fonde sur des enquêtes auprès de dirigeants d'entreprises internationales.

Assurez-vous que vous comprenez exactement ce que les cotes vous disent sur le pays auquel vous vous intéressez. Confirmez cette information en consultant d'autres sources. Pour communiquer avec TI, vous pouvez appeler le directeur général, Tobias Eigen, au +49-30-803-5484 ou accédez au site Web de TI à :

http://www.transparency.de
http://www.is.in-berlin.de/service/ti.html

2. La réponse initiale : La présélection

Comme nous l'avons fait remarquer dans le chapitre 1, vous n'avez pas à faire une étude de marché détaillée chaque fois que vous recevez une manifestation d'intérêt spontanée. Envoyez plutôt le questionnaire de présélection à l'acheteur (voir ci-dessous) et faites rapidement des recherches sur le pays et le marché. Choisissez quelques-uns des indicateurs énumérés dans le chapitre 1 et examinez les sources d'information sur le pays et le marché que vous trouverez dans les chapitres 6, 7 et 8. Éliminez les pays et les marchés risqués et concentrez-vous sur ceux qui sont prometteurs. Une fois que vous aurez appris ce que vous devez chercher, vous pourrez faire cette évaluation rapidement.

Nous avons aussi indiqué dans le chapitre 1 que vous devez passer un peu de temps à étudier l'exportation. Vous pourriez même suivre un cours. Une autre possibilité consiste à lire la section de votre journal qui porte sur le commerce international pendant une certaine période. Les journaux ont tendance à insister sur les mauvaises nouvelles, alors les pays et les régions du monde qui connaissent des difficultés sont souvent en vedette. Apprenez lesquels ont des problèmes économiques et politiques, et pourquoi. Apprenez quels sont les risques politiques et commerciaux et évitez ces pays ou faites assurer le marché par la SEE.

Éliminez les pays et marchés risqués

Il y a 185 pays membres de l'ONU. Certaines économies fortes sont presque des pays, mais ne font pas partie de l'ONU, comme Taïwan et Hong Kong. Regroupez-les selon le type d'économie. La publication de la SCHL intitulée *Cadre stratégique national à l'intention des exportateurs canadiens du secteur de l'habitation* les regroupe en quatre catégories :

- **Traditionnelles** : Comme les États-Unis, le Japon et les pays de l'Europe de l'Ouest. Ces 28 pays sont membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Ils ont des industries du logement intérieures bien développées et possiblement une grande capacité d'importation de produits de construction résidentielle canadiens. *Ce sont les marchés les plus solvables pour les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation.* Ce n'est pas une coïncidence si trois des quatre études de cas dans le chapitre 4 portent sur l'exportation vers le Japon. Les indicateurs sont presque tous positifs : population nombreuse, richesse (produit national brut [PNB] élevé, revenus élevés), bonnes communications, technologie avant-gardiste, situation politique stable, États favorables à l'entreprise, gouvernements de style occidental, devises fortes et rareté de la corruption gouvernementale.

- **Naissantes : Comprend environ 20 pays en Asie, en Amérique latine et au Moyen-Orient ainsi que le Mexique et l'Afrique du Sud. Certains d'entre eux sont très riches (Taïwan, Singapour, Corée du Sud, Arabie saoudite et les Émirats arabes); certains ont d'énormes populations et de grands territoires ainsi que des**

économies en croissance rapide (Chine, Inde, Brésil); beaucoup ont de mauvaises communications et infrastructures; la plupart ont d'immenses besoins de logement. Toutefois, les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation font face à d'énormes différences culturelles et à divers systèmes politiques qui, s'ils sont stables, sont autoritaires (ou s'ils se rapprochent de la démocratie, ont tendance à être instables); leurs devises sont convertibles et varient de fortes (Singapour) à instables (Mexique); ces pays ont d'énormes bureaucraties dont beaucoup sont corrompues, des milieux juridiques où il n'y a pas d'application régulière de la loi, une variété de besoins de logements et d'énormes différences de richesse. *Il y a néanmoins de bons débouchés dans ces pays*, notamment pour les entrepreneurs ethno-canadiens du secteur de l'habitation. Abordez ce type de marché avec intérêt, mais aussi avec prudence.

- **De transition** : Comprennent les quelque trente pays et régions de l'ancienne Union soviétique et de l'Europe centrale et orientale. Faites preuve de prudence avec tout acheteur de ce type de pays. Certains ont des économies relativement fortes. Prenez un indicateur, le revenu par habitant, tiré du *Rapport sur développement de la Banque mondiale 1995* ou de l'*Annuaire statistique* des Nations Unies pour 1995. Les niveaux de revenu pour l'Estonie (un des trois pays baltes) et la Slovénie (la plus occidentale des anciennes républiques yougoslaves) sont d'environ 8 000 $US par an, comparativement à entre 2 000 $ et 3 000 $ pour les autres et à beaucoup moins en Albanie, en Georgie et au Tadjikistan. Leur emplacement géographique est également important : l'Estonie et la Slovénie sont prêts des marchés occidentaux, tout comme la République tchèque, la Pologne et la Hongrie. Ce sont des pays qui ont obtenu de bien meilleurs résultats que les autres de la région, et en fait, ils font maintenant (1996) partie de l'OCDE.

Malgré cela, le revenu par habitant dans ces pays est entre quatre et vingt fois plus bas que celui des nations occidentales. Dans la plupart de ces pays, les gouvernements et les lois découragent l'entreprise et sont autoritaires, les bureaucraties sont corrompues, les communications varient de mauvaises à inférieures à la normale, les opérations bancaires sont primitives (on paye habituellement comptant) et les conditions économiques varient entre difficiles et catastrophiques. Les débouchés dans ces pays pour les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation sont rares même s'il existe un immense besoin de logements. Il existe à l'égard de la construction canadienne à ossature de bois une méfiance qu'on ne pourra surmonter que par les coentreprises, la formation et la démonstration. Pourtant, dans une de nos études de cas, un architecte canadien a réussi à exporter ses services en Russie.
Remarque : Vous avez besoin des services d'assurance de la Société pour l'expansion des exportations pour les opérations d'exportation vers ces marchés.

- **Sous-développées :** Il s'agit de plus de cent pays en Afrique, en Amérique centrale et du Sud, dans les Caraïbes et en Asie qui bénéficient de l'aide extérieure des pays occidentaux. Les acheteurs de ces pays peuvent être authentiques : par exemple, un promoteur de la Barbade pourrait vous appeler avec une authentique commande de bardeaux ordinaires ou de bardeaux de fente en cèdre pour un établissement hôtelier qu'il construit, mais un changement de gouvernement pourrait annuler le marché. *Soyez extrêmement prudent,* renseignez-vous auprès de la SEE et consultez l'indice de la corruption de Transparency International. Les acheteurs de ces pays sont habituellement des organismes gouvernementaux bénéficiant d'un financement venant de l'aide extérieure. Il faut éviter les acheteurs individuels.

En résumé, triez d'abord, puis présélectionnez. Rappelons les étapes au chapitre 1 :

- *Excluez les marchés marginaux* ayant des problèmes économiques ou politiques, des difficultés financières ou une agitation ouvrière;
- *Cherchez un marché local de l'habitation qui convient bien* à votre entreprise et à la commercialisation de votre produit; et
- *Présélectionnez les acheteurs solvables en fonction de la recherche* que vous avez faite.

Le questionnaire de présélection

Pour déterminer si vous devriez consacrer du temps à ce qui pourrait ne pas être une offre sérieuse, vous avez besoin d'information sur l'entreprise de l'acheteur. Essayez l'approche la plus simple : demandez de l'information à l'acheteur. Préparez un questionnaire que vous pourrez envoyer chaque fois que vous recevez une manifestation d'intérêt spontanée d'un acheteur étranger. Si l'acheteur étranger vous donne l'information dont vous avez besoin et que vous vérifiez sa véracité au moyen d'une source indépendante, cela pourrait vous aider à décider comment répondre à la manifestation d'intérêt. Alors envoyez votre «questionnaire de présélection» à l'acheteur le plus tôt possible après avoir reçu la manifestation d'intérêt spontanée.

N'envoyez pas une liste de prix ni une proposition de prix. *Le but du questionnaire de présélection est simplement de voir si votre entreprise cadre bien avec celle de votre acheteur étranger éventuel.*

Ce n'est que lorsque vous saurez comment la vente sera financée que vous pourrez commencer à déterminer comment établir le prix de vos marchandises ou services de logement pour le pays de l'acheteur (pour plus d'information sur le financement, consultez le guide de la SCHL intitulé *Documentation financière en vue de l'exportation*).

Préparez le vôtre

Nous ne pouvons pas dans ce guide rédiger un questionnaire de présélection adapté aux caractéristiques particulières de votre entreprise et de votre produit. C'est à vous de le faire. Votre questionnaire (voir la version proposée ci-dessous) doit tenter d'établir le sérieux de la manifestation d'intérêt de l'acheteur en obtenant des réponses sur son ouverture au partage des coûts de l'exportation, comme les taxes et l'homologation et, d'une plus grande importance encore, en demandant de l'information fondamentale sur l'entreprise ou le groupe d'entreprises de l'acheteur, sa taille, sa capacité de payer et la mesure dans laquelle l'entreprise ou le groupe est prêt à fournir de l'information en tant qu'acheteurs sérieux.

Le questionnaire doit surtout comprendre des questions simples qu'on peut répondre par «oui» ou «non», en anglais ou en français simple, étant donné que l'acheteur pourrait ne pas parler cette langue couramment. Il doit être axé sur les politiques commerciales et financières du pays pour que l'acheteur puisse se faire une idée de ce qui vous préoccupe (être payé) et de quelques-unes de vos exigences advenant une vente (par exemple, une lettre de crédit irrévocable). Des questions clés comprennent le nom de la **banque** de l'acheteur inconnu et ses **références**.

Liste de contrôle du questionnaire de présélection

Il y a des pays avec lesquels vous ne voulez pas du tout faire des affaires. Voici six points à prendre en compte lorsque vous essayez de décider s'il est souhaitable de faire des affaires avec l'acheteur inconnu et le pays en cause :

- Quelle est la cote du pays de l'acheteur éventuel selon l'indice de la corruption de Transparency International (voir le chapitre 1)? (Toutefois, ne comptez pas sur une seule source d'information; essayez d'en obtenir la corroboration d'une autre source.) Si le pays figure sur la liste des «dix pires» selon cet organisme, vous pourriez vous demander si vous voulez même vous donner la peine de répondre à la demande de renseignements. Si vos renseignements préliminaires sont complètement négatifs et que vous en obtenez la confirmation d'autres sources, envoyez par télécopieur une réponse type indiquant que vous le remercier, mais que vous refusez de lui proposer un prix parce que vous êtes trop occupé pour répondre à cette demande supplémentaire.

- Est-ce que le pays est solvable? Est-ce qu'il contrôle les changes? En particulier, a-t-il des lois exigeant que le produit importé (de votre entreprise) soit dans l'intérêt national de ce pays ou que les contrats avec les étrangers soient assujettis aux lois intérieures pour être opposables dans les cours locales?

- Vérifiez l'information que vous recevez par l'intermédiaire du questionnaire de présélection rempli. Envisagez d'envoyer une copie du questionnaire au délégué commercial canadien du pays pour faire vérifier la solvabilité de l'acheteur éventuel ainsi que les réponses qu'il vous aura envoyées.

Remarque : En même temps, soyez conscient du fait que les délégués commerciaux traitent avec de nombreux exportateurs canadiens et que la confidentialité de votre demande pourrait accidentellement être compromise. Jusqu'à ce que vous ayez signé un contrat, vous pourriez ne pas vouloir divulguer l'identité de votre acheteur.

- Est-ce que vous êtes autorisé à exporter vers le pays? Les Nations Unies ont pris des sanctions contre certains pays comme la Corée du Nord, la Libye et l'Irak. Vérifiez la Liste de pays visés par contrôle et la Liste des marchandises d'exportation contrôlée, consultez les divisions de la promotion du commerce du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international ou demandez au délégué commercial du Canada dans ce pays.

- Envisagez la possibilité de piratage ou de vol de dessin si votre acheteur éventuel est une petite ou moyenne entreprise qui veut vous passer une petite commande. Habituellement, les petites entreprises ne font pas d'affaires avec des fournisseurs étrangers. Pourquoi achètent-elles? Il y a deux possibilités :

  1. elles pourraient passer une petite commande pour vérifier la capacité de votre entreprise de la fournir, en vue de passer plus tard une commande plus importante; ou
  2. elles pourraient servir de façade pour une plus grande entreprise en faisant un petit achat afin que la grande entreprise puisse copier et «pirater» le dessin de votre produit : avec la technologie moderne de conception et de fabrication assistées par ordinateur (CFAO), la fabrication de fenêtres à vitrage isolant perfectionnées à partir d'un dessin canadien piraté, par exemple, est certainement faisable.

- Examinez les «termes de l'échange» entre les deux pays, c'est-à-dire la faiblesse ou la force relative des deux devises et l'effet que cela a sur tout marché d'exportation éventuel. Le taux de change et sa stabilité relative au fil du temps vous donneront une idée des occasions inhérentes au taux de change du pays ainsi que des risques, étant donné qu'un pays dont la devise est faible est susceptible d'avoir un contrôle restrictif du change étranger, des limites sur les exportations de devises fortes et d'autres restrictions commerciales. Le gouvernement aura aussi tendance à être plus importun et généralement plus corrompu.

Questionnaire

Réponse à la manifestation d'intérêt (questionnaire de présélection)

Nous accusons réception de votre manifestation d'intérêt du (date)_____ et nous vous en remercions. Veuillez remplir et renvoyer la formule ci-jointe d'ici le **(une date trois jours plus tard)** afin que nous puissions passer à l'étape suivante.

1. *Est-ce que votre monnaie intérieure est entièrement convertible?*	*oui*	*non*
2. *Pouvez-vous payer en dollars canadiens ou américains?*	*oui*	*non*
3. *Est-ce que votre pays exerce un contrôle du change étranger qui vous oblige à obtenir un permis pour vous procurer la devise étrangère nécessaire pour payer notre produit?*	*oui*	*non*
Si oui, avez-vous le permis dont vous avez besoin?	*oui*	*non*
4. *Combien de temps vous faudra-t-il pour obtenir le permis?* *jours*_____ *semaines* _____		
5. *Dans votre pays, avez-vous besoin d'un permis pour importer notre produit?* *Si oui, avez-vous le permis d'importation dont vous avez besoin?*	*oui*	*non*
6. *Est-ce que votre pays exerce un contrôle des importations?*	*oui*	*non*
7. *Est-ce qu'il s'applique à l'importation de notre produit ou service?*	*oui*	*non*
8. *Est-ce que votre pays impose une taxe à l'importation ou une taxe de vente à notre produit?*	*oui*	*non*
Quel en est le pourcentage? _____		
Est-ce que vous percevez et payez ces taxes?	*oui*	*non*
9. *Utilisez-vous le système de mesure métrique?*	*oui*	*non*
Dans la négative, quel système utilisez-vous? _____		
10. *Devons-nous fournir un certificat d'origine pour votre gouvernement?*	*oui*	*non*
11. *Est-ce qu'il y a des normes nationales?* *Précisez les dimensions* _____	*oui*	*non*
12. *Est-ce qu'il y a un organisme gouvernemental qui s'assure que les marchandises sont conformes aux normes nationales?* *Si oui, veuillez inscrire son nom ici* _____.	*oui*	*non*
13. *Est-ce que l'homologation de l'Association canadienne de normalisation (CSA) est acceptable au lieu de l'homologation de votre pays?*	*oui*	*non*
14. *Quelle est la tension ou la fréquence étalon (pour les produits électriques)?*	*tension*	*fréquence*
S'agit-il de CA ou de CC?	*CA*	*CC*

Questionnaire (suite)

15. *Est-ce que votre pays exige l'homologation de (précisez l'équipement) par l'autorité intérieure?* *oui* *non*

16. *Est-ce que vous vous chargerez de l'obtention de cette homologation?* *oui* *non*

17. *Est-ce que vous accepteriez de payer les coûts de cette homologation?* *oui* *non*

18. *Quel est le nom de votre banque?* _____

19. *Veuillez donner les noms, adresses et numéros de téléphone et de télécopieur de trois références dans le secteur commercial.* _____
_____
_____

20. *Quel est le nom de votre société-mère?* _____

21. *Est-ce que vous faites partie d'un groupe d'entreprises?* _____

22. *Veuillez préciser et décrire les caractéristiques de vos rapports avec ce groupe d'entreprises.*

23. *Pouvez-vous payer cette commande par lettre de crédit irrévocable?* *oui* *non*

24. *Est-ce que vous accepterez l'expédition FOB à notre usine (À l'usine)?* *oui* *non*

25. *Avez-vous des accords en vigueur avec des transitaires?* *oui* *non*

Consentement : Je, (acheteur) _____, agissant pour le compte de (compagnie de l'acheteur) _____, consent à la divulgation d'information sur ladite compagnie à (vous et votre compagnie) _____ au Canada aux fins de cette opération.

_____ Signature (acheteur)

3. Le suivi : l'évaluation

Réagissez aux réponses de l'acheteur

Il se peut que votre acheteur soit sérieux; qu'il s'informe tout simplement sur vous en vue d'un futur marché, qu'il représente une compagnie trop petite pour acheter d'un fournisseur canadien; ou qu'il ait des buts inacceptables sur lesquels vous ne savez rien. Le questionnaire de présélection est destiné à vous donner de l'information pour déterminer ce que vous devez faire par la suite. Vous êtes maintenant prêt à évaluer l'acheteur solvable.

Donnez quelques jours (jusqu'à une semaine) à l'acheteur pour remplir votre questionnaire. Servez-vous de ce temps pour apprendre tout ce que vous pouvez sur le pays, le marché du logement et, si possible, sur l'acheteur au moyen de sources gratuites ou peu coûteuses.

- Si l'acheteur ne donne pas suite à votre demande, tout ce que vous avez perdu, c'est le temps que vous avez pris pour envoyer un message de deux pages;

- Si l'acheteur renvoie le questionnaire de présélection rempli, vérifiez les réponses à fond. Remerciez-le au moyen d'une lettre d'accompagnement et demandez-lui des renseignements plus précis sur sa propre compagnie, à moins que vous ne l'ayez déjà fait dans votre questionnaire (quel genre de compagnie l'acheteur représente-t-il : un constructeur, un promoteur ou un importateur? Quel type de produit de construction résidentielle la compagnie vend-elle? Où est son siège social? Sur quel marché fait-elle des affaires? Et quelle est la grosseur de la commande dont elle a besoin?). Envoyez la brochure de votre compagnie et un ensemble complet de fiches descriptives de vos produits; en même temps, vérifiez l'information donnée par l'intermédiaire de votre banque, du délégué commercial ou d'une autre source indépendante;

- Si l'acheteur appelle pour demander des précisions sur certaines questions, semble hésiter à divulguer de l'information sur lui-même, etc., expliquez qu'avant de faire des affaires avec lui, vous avez besoin de l'information demandée dans le questionnaire et que tous les renseignements qu'il vous communiquera demeureront confidentiels;

- Pour certains marchés et selon les circonstances, vous pourriez décider d'envoyer la brochure sur votre entreprise et les fiches descriptives en même temps que le questionnaire de présélection.

Envoyez la brochure sur votre entreprise et les fiches descriptives détaillées de vos produits

Lorsque vous aurez reçu le questionnaire rempli et que vous aurez décidé de passer à l'étape suivante, envoyez de l'information complète sur votre entreprise et votre gamme de produits, c'est-à-dire la brochure sur votre entreprise et les fiches descriptives de vos produits. Votre brochure devrait décrire clairement votre entreprise et ce qu'elle fait, y compris son nombre d'années d'existence, le nombre d'employés, la direction et des renseignements complets sur la gamme de produits pertinente, et de l'information liée à l'exportation (comment le produit est emballé et étiqueté, etc.). Vos fiches descriptives de produits devraient n'offrir que quelques choix et environ cinq couleurs pour chaque type de produits, par exemple. Limitez le nombre de choix pour l'exportation : plus vous offrez de choix, plus il faudra du temps à l'acheteur pour se décider (voir le chapitre 4, étude de cas 1).

Étant donné que cette information est destinée à l'acheteur et à ses clients, l'idéal serait qu'elle soit dans leur langue. Toutefois, étant donné que vous n'avez pas cherché à obtenir cette commande, vous pouvez envoyer à l'acheteur votre documentation en anglais ou en français, selon ce qui convient le mieux, ou dans les deux langues.

Envoyez la brochure et les fiches descriptives des produits dans la langue de l'acheteur éventuel, si vous les avez. Il arrive que les acheteurs rappellent à plusieurs reprises en raison de problèmes de langue.

Commandez un rapport de solvabilité

Lorsque vous êtes satisfait de l'information de base sur l'acheteur et que vous êtes convaincu que le produit ou service que vous offrez correspond à ce dont l'acheteur a besoin, *commandez un rapport de solvabilité de Dun & Bradstreet* ou d'une autre agence internationale d'évaluation du crédit. En particulier, examinez le type de société avec lequel vous faites affaire (à responsabilité limitée, de personnes en commandite, constituée en société, etc.) et sa taille par rapport à la commande éventuelle (la commande devrait être proportionnelle à la taille de l'entreprise), etc.

Si le rapport est positif, envoyez une proposition de prix et négociez un contrat

Votre prix doit comprendre les coûts supplémentaires de l'exportation, comme ceux de l'étiquetage, de l'expédition, de l'assurance, etc. Tel qu'indiqué ci-dessus, vous ne devez pas envoyer une proposition de prix en même temps que le questionnaire de présélection. Il ne

doit comprendre aucune liste de prix. Lorsque vous êtes entièrement satisfait de chaque aspect de la recherche sur le pays et le marché du logement, ainsi que du rapport de solvabilité et de l'information sur l'entreprise de l'acheteur, le moment est venu d'envoyer la proposition de prix.

Si votre proposition est acceptée et que vous êtes certain de savoir comment l'acheteur financera la vente, vous pouvez procéder à l'établissement du contrat. Si vous ne savez pas réellement comment l'acheteur prévoit payer la commande et qu'une garantie de la SEE est nécessaire, signez le contrat lorsque vous aurez réglé complètement les détails du paiement (pour de l'information sur la SEE, consultez le guide de la SCHL intitulé Documentation financière en vue de l'exportation). Demandez à votre avocat spécialiste en exportation de rédiger le contrat; il ou elle inclura les clauses nécessaires à l'annexe A (clauses juridiques) : faites-les approuver par votre acheteur et signez. Passez ensuite à la procédure décrite à l'annexe A (De la proposition de prix à l'exécution du contrat).

4. Études de cas

Ces brèves études de cas servent d'exemples de la façon dont des exportateurs canadiens prospères du secteur de l'habitation répondent à une manifestation d'intérêt. Toutes les personnes interviewées sauf une exportent vers un pays développé (le Japon).

Nous avons interrogé deux constructeurs d'habitations, un fabricant, un fournisseur de matériaux de construction résidentielle finis et un fournisseur de services de logement (architecte) qui exportait ses services vers une économie en transition (la Russie). Bien que l'étude de cas sur l'architecte (la quatrième) n'illustre pas une étude de présélection détaillée, elle est représentative d'une partie importante de l'industrie de l'habitation, celle des fournisseurs de services, et elle montre comment la présélection est possible sur un marché par ailleurs difficile lorsque deux personnes des milieux d'affaires établissent une relation de confiance personnelle solide.

Étude de cas n° 1 : Important exportateur de maisons préfabriquées vers le Japon

1. Lorsque nous recevons une manifestation d'intérêt, nous envoyons une réponse qui indique clairement qui nous sommes et ce que nous faisons. Notre liste de produits offre des choix simples, p. ex., standard, produit amélioré 1, produit amélioré 2, et seulement cinq à six couleurs pour chaque type de produit. Nous avons appris que plus nous offrons de choix, plus l'acheteur prend du temps pour se décider.

Notre réponse initiale est bilingue. Nous avons appris que lorsque nous comptions sur la connaissance de l'anglais de notre acheteur éventuel, nous avons eu plus de difficultés. En plus, si la manifestation d'intérêt n'indique pas les caractéristiques particulières de l'acheteur éventuel, cette première réponse demande aussi de quel type d'entreprise il s'agit. Par exemple, nous voulons savoir :

- si l'entreprise est un constructeur, un promoteur, un importateur;
- le type de produit de construction résidentielle qu'elle vend;
- l'emplacement de son siège social et le marché sur lequel elle fait des affaires; et
- le nombre de logements dont elle a besoin.

Cette première réponse a pour but de mettre les choses au point et d'éviter les nombreux échanges entre nous et l'acheteur concernant chaque détail mineur, ce qui prend beaucoup de temps. Nous croyons qu'il est préférable de prendre le temps de répondre à la plupart des questions de l'acheteur de façon détaillée à cette étape.

2. Lorsque nous sommes satisfaits de l'information de base que nous avons sur la commande de l'acheteur et que nous sommes convaincus que notre produit correspond à ce que l'acheteur veut, nous commandons un rapport de solvabilité de Dun & Bradstreet. Nous examinons le type de compagnie en cause (à responsabilité limitée, de personnes en commandite, constituée en société ou non, etc.), sa taille par rapport à ce qu'elle veut nous commander (l'importance et l'ampleur de la commande doivent être raisonnablement proportionnés à la taille de la compagnie); etc.

3. Lorsque nous sommes entièrement satisfaits de tous les aspects du rapport de solvabilité, nous envoyons une proposition de prix ferme à l'acheteur. Comme nous nous occupons de la mise en conteneur, nos prix reflètent un droit pour la mise en conteneur et le chargement.

Tous nos emballages et nos étiquettes sont bilingues. Toutes nos mesures sont métriques. Notre but est d'éviter toute difficulté pendant la livraison et l'utilisation de nos produits sur le chantier.

4. Lorsque nous avons un contrat signé et scellé et avant d'entreprendre la production, nous demandons un dépôt initial par virement télégraphique. En même temps, notre acheteur obtient une lettre de crédit irrévocable de sa banque. Nous demandons ensuite à notre banque de confirmer la lettre de crédit de l'acheteur.

5. À partir de ce moment, il s'agit de respecter nos obligations en vertu du contrat. Nous savons à ce stade que le prix et la qualité sont assurés. Ce qui devient alors essentiel au respect de nos obligations en vertu du contrat, c'est la fiabilité de notre approvisionnement et de notre livraison. Encore une fois, nous nous assurons que les emballages et les étiquettes sont bilingues et que l'emballage permettra aux produits de résister à l'expédition outre-mer de façon à ce qu'ils arrivent intacts et nous coordonnons tous les aspects de la mise en conteneur et de l'expédition des produits avec les transitaires.

6. Tous nos chargements sont franco bord (FOB) à notre usine. Cela signifie que l'acheteur assume la responsabilité de la totalité de l'expédition une fois que le produit est chargé à notre usine. Nous envoyons immédiatement le connaissement à notre banque pour débloquer le reste des fonds de la lettre de crédit. Notre banque travaille avec la banque étrangère pour assurer le paiement rapide.

7. Une dernière remarque : pendant l'établissement de nos rapports d'exportation, nous avons trouvé qu'il était utile de rencontrer nos clients japonais avant une expédition. Nous les avons invités au Canada plusieurs fois et nous avons trouvé qu'ils étaient très intéressés à visiter nos bureaux et nos usines. Ils le font à leurs propres frais; nous aidons simplement à organiser leur séjour au Canada lorsqu'ils nous le demandent et nous les amenons au restaurant. Ces rencontres sont bénéfiques pour les deux parties. Notre confiance les uns dans les autres a augmenté et nos relations d'affaires sont devenues encore plus fortes grâce à ces rencontres.

Étude de cas n° 2 : Constructeur de maisons en éléments de 2 po x 4 po et autres exportant vers le Japon

1. Nous recevons une manifestation d'intérêt d'un acheteur japonais éventuel.

2. Nous envoyons immédiatement à l'acheteur éventuel une brochure sur la compagnie et les produits, y compris une liste de prix, en anglais et en japonais, par télécopieur.

3. L'acheteur choisit le ou les produits qu'il veut à partir de la liste de prix incluse dans la brochure de la compagnie et la documentation sur les produits.

4. Au moyen d'une série de communications, nous «construisons la maison sur papier» avec l'acheteur, y compris les éléments de finition et toutes les composantes que nous devons lui fournir.

5. Après que nous ayons tous les deux signé la proposition de prix, nous préparons un contrat international qui correspond exactement aux spécifications, aux choix, aux quantités, etc. indiqués de façon détaillée dans la proposition de prix et dont notre compagnie et celle de l'acheteur ont convenu.

6. L'acheteur signe le contrat, fait établir une lettre de crédit irrévocable à sa propre banque et envoie un dépôt initial à notre banque au Canada.

7. Nous demandons à notre banque de confirmer la lettre de crédit auprès de la banque de l'acheteur (au Japon).

8. Après avoir reçu le dépôt, nous commençons la production et communiquons avec le transitaire et le fournisseur de conteneurs de l'acheteur.

9. L'acheteur prend toutes les dispositions nécessaires pour l'expédition internationale et la réservation des conteneurs.

10. Une fois la production terminée, nous emballons les produits soigneusement dans les conteneurs afin de nous assurer que l'expéditeur les recevra en bon état.

11. L'acheteur traite avec le courtier en douanes qui assure aussi la lettre de crédit de l'acheteur.

12. Nous soumettons le connaissement à la date appropriée à notre propre banque.

13. Notre banque obtient le paiement intégral de notre traite à même la lettre de crédit de l'acheteur.

Étude de cas n° 3 : Procédure utilisée par un exportateur qui travaille avec des fabricants pour fournir du bois et des matériaux finis à des constructeurs et promoteurs étrangers

1. Un constructeur étranger appelle pour manifester son intérêt à l'égard de notre gamme de produits.

2. Nous envoyons au constructeur étranger un profil de notre compagnie et de l'information complète sur nos produits.

3. constructeur étranger présente des plans et(ou) une liste des matériaux, indiquant les quantités requises, les caractéristiques techniques, les normes, etc.

4. Nous préparons une proposition de prix en nous fondant sur les plans ou la liste du constructeur étranger, en indiquant les dates d'expédition.

5. Le constructeur étranger apporte des modifications à la proposition de prix ou la signe.

6. Le constructeur étranger fait établir une lettre de crédit irrévocable à sa propre banque et nous en envoie une copie.

7. Nous passons nos commandes à nos fournisseurs.

8. L'expédition commence dans les quatre à cinq semaines qui suivent. Nous traitons directement avec cinq ou six sociétés de transport océanique.

9. Nous soumettons les connaissements à la banque détenant la lettre de crédit.

10. La banque autorise le paiement intégral à même la ligne de crédit.

Étude de cas n° 4 : Architecte exportant ses services vers la Russie

1. Une invitation à fournir des services architecturaux à une entreprise ou à un individu à l'étranger découle habituellement de rapports personnels directs entre les parties ou avec un intermédiaire, comme un organisme gouvernemental ou une société commerciale déjà sur le marché étranger. Dans mon cas, j'ai été présenté à mon client éventuel, un constructeur russe de Moscou, en participant à un programme d'échange de formation en gestion parrainé par les gouvernements russe et canadien.

2. Le constructeur russe voulait en apprendre davantage sur l'industrie canadienne de la construction domiciliaire et est venu au Canada pour voir notre technologie de construction à ossature de bois de renommée mondiale. Je me spécialise en conception d'habitations. Grâce à mes relations dans l'industrie, j'ai pu présenter le constructeur à des chefs de file de différents secteurs de l'industrie du logement. Sur une période de huit semaines, le constructeur a rencontré des architectes, des constructeurs, un avocat, un agent immobilier, des promoteurs, des fabricants, des éducateurs et des fonctionnaires. Pendant cette période, je l'ai présenté à un petit constructeur local qui a plus tard créé une compagnie avec le Russe pour exporter des marchandises canadiennes et fournir une formation aux ouvriers spécialisés russes.

3. Le constructeur russe et moi avons continué à communiquer par téléphone pendant plusieurs mois. Il m'a par la suite invité à me rendre à Moscou pour former les cadres supérieurs de sa compagnie aux éléments fondamentaux de la technologie de la construction à ossature de bois. Je suis alors devenu un exportateur de technologie et un enseignant.

4. D'autres discussions après le premier voyage ont mené à une deuxième visite, cette fois-ci pour rencontrer d'éventuels acheteurs russes de maisons. Un élément fort de la visite a été un voyage de cinq jours dans une république voisine pour rencontrer des hauts fonctionnaires qui s'occupaient d'urbanisme et d'architecture. À Moscou, mes associés canadiens établissaient rapidement une scierie et une usine de fabrication de portes et fenêtres. Mon rôle évoluait constamment pour répondre au besoin du moment. J'ai été professeur, urbaniste, architecte, technologue et gestionnaire de projet.

5. J'ai quitté Moscou avec deux commissions et beaucoup de perspectives. Nous avons échangé des projets de contrats et négocié les termes d'accords pour finir par établir un contrat de conception-construction que mon client offrirait à ses clients russes. Avec cette forme d'accord, je n'ai pas eu à ouvrir un bureau en Russie. Mon client s'occupait de toutes les questions juridiques et contractuelles.

6. Alors comment fait-on pour obtenir une commande en Russie? Il y a bien des façons de commencer :

- Participer à des activités humanitaires – vous offrez votre temps et vous payez vos dépenses pour vous y rendre
- Vous vous joignez à un programme d'échange ou à une mission commerciale de l'industrie
- Vous devenez expert-conseil d'une entreprise canadienne déjà en Russie
- Vous faites des visites de reconnaissance à l'improviste visant de façon particulière votre domaine de spécialisation
- Vous participez à des programmes de transfert technologique parrainés par le gouvernement.

7. Pourquoi exporter des services architecturaux vers la Russie?

- Contrats lucratifs, honoraires plus élevés qu'au Canada
- Responsabilité limitée
- Moins de concurrence, notamment pour la conception d'immeubles utilisant une technologie canadienne
- Énorme demande pour nos talents et notre expérience, alors qu'il y a sous-emploi au Canada
- L'aventure et la fascination qu'offre une pratique internationale.

8. Dernière remarque : La patience et la souplesse sont des traits de caractère essentiels pour travailler à l'étranger; les différences culturelles et les problèmes de langue sont inévitables et vous obligent à recourir à vos meilleures capacités diplomatiques.

5. De la proposition de prix à l'exécution du contrat

La proposition de prix

Lorsque vous êtes satisfait de la réaction de l'acheteur au produit initial, préparez une proposition de prix (facture pro forma) en vous fondant sur la manifestation d'intérêt. L'attention apportée à l'exactitude et au détail est essentielle parce que la proposition de prix est la première partie du contrat. Si la proposition de prix est acceptée dans le délai précisé et sans réserves, elle devient un contrat obligatoire. Il faut absolument que la proposition de prix définitive soit claire et sans ambiguïté sur tous les points essentiels. En plus, elle doit contenir toutes les clauses juridiques nécessaires pour assurer votre protection. Votre conseiller juridique peut vous aider à cet égard.

Liste de contrôle de la proposition de prix

- Indiquez vos conditions habituelles. Précisez que les lois du Canada et de votre province s'appliquent.

- Utilisez le système métrique pour tous les poids, mesures et caractéristiques techniques. Presque tous les pays du monde, sauf l'exception notable des États-Unis, utilisent le SI (Système International) ou le système métrique pour faire le commerce de produits de construction résidentielle.

- Spécifiez les caractéristiques techniques et normes qui seront utilisées pour l'opération. Lorsque cela s'applique, précisez que les normes internationales devront être respectées.

- Définissez clairement ce que le prix englobe : à l'usine, FOB à l'usine, CIF, etc. Utilisez les Incoterms (les termes du commerce) tels que définis dans la publication *Incoterms 1990* (voir la Bibliographie) de la Chambre de Commerce Internationale (CCI).

- Stipulez clairement le délai d'acceptation de la proposition de prix. Selon les circonstances, il ne devrait pas être de beaucoup supérieur à une semaine.

- Précisez votre méthode de paiement préférée : lettre de crédit irrévocable confirmée par votre banque avec traite à vue (pour plus de renseignements sur les lettres de crédit, voir le guide de la SCHL intitulé Documentation financière en vue de l'exportation).

- Indiquez clairement que l'expédition se fera «FOB à notre usine» et en fonction des disponibilités. Ne mentionnez pas de date de livraison. Il vous reste à négocier avec votre acheteur la question de la possession des marchandises pendant l'expédition et à déterminer qui sera responsable des frais de transport et de la sécurité des marchandises

pendant le transport. **À remarquer que cet Incoterm est utilisé différemment en Amérique du Nord : FOB à notre usine (Amérique du Nord) = à l'usine (dans le reste du monde).**

- Inscrivez «S.E.O.» (sauf erreurs et omissions – supposées corrigées, incluses et notées) au bas de la proposition de prix.

- Définissez clairement les spécifications pour l'emballage et l'étiquetage, y compris les exigences en matière de langue.

- Demandez à votre conseiller juridique de rédiger et d'inclure des clauses de protection dans la proposition de prix. Elles comprennent une clause sur les lois applicables en cas de différend (celles du Canada et de votre province), l'emplacement de la cour d'arbitrage en cas de différend, etc.

- Envoyez votre proposition de prix par télécopieur **et par messager**.

- Faites le nécessaire pour obtenir un financement provisoire, si cela est nécessaire, par l'intermédiaire de la banque, de la Société pour l'expansion des exportations, de la Banque de développement, de la CCC ou d'un autre organisme financier.

La négociation du contrat

Assurez-vous que le contrat correspond en tous points à la proposition de prix acceptée, ce qui comprend le montant et le type des marchandises qui seront vendues, avec leurs caractéristiques techniques exactes, les instructions pour l'emballage et l'étiquetage, le prix et les modalités de paiement, tous les documents requis, y compris le numéro du permis d'importation (du pays de votre acheteur) et la Déclaration d'exportation B13 de Revenu Canada (Douanes et Accises), ainsi que la date à laquelle les marchandises doivent être expédiées. En plus,

- Conservez la lettre de transmission par télécopieur et la copie sur papier de la lettre envoyée par la poste.

- Établissez des renvois entre le contrat et la proposition de prix.

- Prenez immédiatement les dispositions nécessaires à l'expédition et au transport (s'il s'agit d'une de vos responsabilités en vertu du contrat).

- Ouvrez un dossier pour chaque expédition. Il doit comprendre : tous les documents requis avant l'expédition, la manifestation d'intérêt, le questionnaire de présélection, la proposition de prix, le contrat et toute la correspondance ultérieure et pertinente.

- Le dossier doit également contenir les documents d'exportation : le connaissement, le certificat d'assurance, les déclarations des douanes canadiennes, le certificat d'origine, les factures consulaires (si elles sont exigées) et votre(vos) facture(s) commerciale(s).

L'exécution du contrat

- Lorsque vous aurez reçu votre contrat revêtu de la signature et du sceau de l'acheteur, demandez un dépôt initial par virement télégraphique, s'il s'agit de la procédure convenue. En même temps, votre acheteur ordonnera à sa banque d'établir une lettre de crédit irrévocable en votre faveur.

- Assurez-vous du prix, de la qualité, de la quantité et des caractéristiques techniques des marchandises du chargement. En plus, assurez-vous que l'emballage et l'étiquetage répondent aux exigences linguistiques et autres précisées dans le contrat et coordonnez l'emballage supplémentaire (si nécessaire et si cela fait partie de vos obligations contractuelles) et l'expédition avec les transitaires.

- Si le terme est «FOB à notre usine», envoyez immédiatement le connaissement, le bordereau d'expédition, la facture commerciale et les autres documents convenus à la banque pour obtenir le paiement autorisé en vertu de la lettre de crédit.

- Ordonnez à votre banque d'émettre une traite à vue payable à même votre lettre de crédit, conformément aux conditions du contrat. Vous vous assurez ainsi que l'acheteur paiera le transitaire pour l'arrimage des marchandises au cas où des problèmes d'expédition ou d'amarrage entraîneraient des retards d'expédition ou des surestaries.

Des clauses juridiques pour le contrat de vente

Votre avocat négociera l'inclusion, dans votre contrat de vente à l'exportation, des clauses suivantes et d'autres, selon vos circonstances particulières, afin d'assurer votre protection.

1. Cet accord sera régi et interprété en conformité avec les lois de la province de (selon le cas) et du Canada.

2. En cas de différend, les parties acceptent irrévocablement de soumettre le différend à la conciliation et à l'arbitrage par les arbitres nommés en conformité avec les Règlements de conciliation et d'arbitrage de la Chambre de Commerce Internationale et de ne pas recourir à un tribunal sauf pour mettre à exécution la décision arbitrale. L'arbitrage se déroulera dans la ville de (préciser ici et en convenir à l'avance). Chacune des parties convient de respecter l'acceptation judiciaire de la décision des arbitres.

3. Cet accord entre X au Canada et Y au (pays étranger) constitue un accord international qui assujettit X et Y aux obligations à l'égard de l'autre que créent la bonne foi et la confiance qui sont essentielles aux marchés internationaux.

Cet accord est assujetti à la Convention des Nations Unies sur les contrats de vente internationale de marchandises.

6. Sources d'information sur le marché

Vue d'ensemble des pays

Information de base sur le pays

Pour de l'information de base sur le pays, comme sa superficie, sa population, son climat, les langues parlées, les pays voisins, les principaux ports, les routes aériennes, les installations de voyage, les banques, les heures d'ouverture, les congés, les coutumes et pratiques, la devise, les poids et mesures et le courant électrique utilisé, consultez les documents suivants :

1) *Guide de l'exportateur canadien*, InfoCentre du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI). Il y en a pour de nombreux pays. Appelez le 1-800-267-8376.

2) *Overseas Business Reports*, U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, Washington, D.C. 20230.

3) *The Times Atlas of the World*.

4) *Manuel de statistiques du commerce international et du développement*, Supplément, CNUCD, Genève, Suisse.

5) En payant un droit, vous pouvez vous abonner aux publications *Country Profiles, Business Profiles et Risk Assessment* du Economist Intelligence Unit (EIU). Ces livrets, comptant entre 20 et 140 pages, décrivent les pays, les marchés et le milieu des affaires dans plus de 180 pays et sont une ressource précieuse pour l'exportateur intéressé à investir ou à exporter dans quelque région du monde que ce soit. On les met à jour trimestriellement et ils sont opportuns et précis, mais coûteux. Pour vous informer sur l'abonnement, composez le 1-212-554-0600 ou écrivez à The Economist Intelligence Unit, NA, Incorporated, The Economist Building, 111 West 57th Street, New York, NY, 10019, USA. On peut aussi les consulter, moyennant le versement d'un droit modeste, dans Internet (voir ci-dessous).

Information sur le commerce du pays

Pour de l'information sur les tarifs, les taux tarifaires, les politiques en matière d'importation, les exigences douanières, la classification des produits et les taxes internes, consultez :

1) Les divisions de promotion du commerce par région géographique du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI).

2) Le Service des délégués commerciaux du Canada (MAECI) : Dans quelque 125 villes à l'étranger et 13 villes au Canada, plus de 600 agents de commerce sont chargés de vous aider à accroître vos ventes à l'étranger. Communiquez avec l'ambassade du Canada dans le pays et envoyez au délégué commercial la brochure de votre compagnie, les fiches descriptives de vos produits et de l'information sur vos efforts de commercialisation. Obtenez le répertoire du service de l'InfoCentre, au 1-800-267-8376 ou communiquez avec le service (à MAECI) en direct à l'adresse http://www.dfait-maeci.gc.ca/.

3) L'ambassade ou le consulat du pays au Canada.

4) *Exporters Encyclopedia*, P.O. Box 2007, Jersey City, N.J., USA. Téléphone : (201) 547-6050 ou les succursales au Canada.

5) Sur les États-Unis seulement, *The U.S. Customs Directory*, 1301 Constitution Avenue, N.W. Washington D.C. 20229. Téléphone : (202) 566-8195.

6) *Exporting to the United States*, Department of the Treasury, U.S. Customs Service, Washington D.C. 20229.

Résultats économiques du pays

Pour les indicateurs économiques, les niveaux de revenu, le pouvoir d'achat, la production intérieure de logements et de produits et services de construction résidentielle, la consommation de produits et services de construction résidentielle et les niveaux d'utilisation, consultez :

1) L'annuaire statistique du pays, souvent disponible en anglais.

2) *United Nations Statistical Yearbook*, publication annuelle, Nations Unies, New York, et le *Bulletin mensuel de statistiques*.

3) Pour les plans de développement économique d'un pays, qui sont habituellement publiés par leurs gouvernements nationaux et souvent disponibles en anglais et en français, appelez l'ambassade ou le consulat du pays ou votre bibliothèque centrale ou universitaire locale.

Système de distribution du pays

Pour l'information sur les transports, les coûts d'expédition, les routes et les coûts du transport océanique et de surface, communiquez avec :

Les transitaires au Canada et dans le pays, ainsi que les sociétés de transport maritime, ferroviaire et par camion.

Solvabilité du pays

Pour de l'information sur le financement à l'exportation, le taux de change, les modalités de paiement et la solvabilité générale du pays, communiquez avec :

1) Les banquiers locaux, au Canada et à l'étranger (voir aussi la section intitulée «L'acheteur inconnu»).

2) La Société pour l'expansion des exportations, 151, rue O'Connor, C.P. 655, Ottawa (Ontario) K1A 1K3 (voir aussi la section intitulée «L'acheteur inconnu»).

3) L'Agence canadienne de développement international (ACDI) : Communiquez avec le directeur général, Direction de la coopération industrielle, par téléphone au (819) 994-4348, ou par télécopieur au (819) 953-5024.

Le marché local du logement

Statistiques d'exportation

Pour les exportations canadiennes du secteur du logement vers le pays, les exportations de votre produit du Canada, les exportations de votre produit des principaux pays concurrents et la croissance du marché des produits et services du secteur de l'habitation dans le pays, consultez :

1) Les divisions de promotion du commerce par région géographique du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI).

2) L'*Annuaire statistique du commerce international*, Nations Unies, New York.

3) Le *Bulletin mensuel de statistiques* des Nations Unies, New York.

4) La publication annuelle *Exportations, commerce de marchandises* de Statistique Canada, n° 65-202 au catalogue.

Aussi, renseignez-vous sur vos concurrents dans le pays à ces adresses Internet :
gopher://talon.statcan.ca 70
ftp://talon.statcan.ca/pub(login 'anonymous')
http://www.statcan.ca

Normes et caractéristiques techniques locales applicables au secteur du logement

Conseil canadien des normes, Ottawa : Les normes techniques diffèrent d'un pays à l'autre, tout comme les exigences concernant la démonstration de la conformité avec ces normes. Le Conseil aide les exportateurs à se renseigner sur les normes et règlements locaux applicables au logement et aux produits de construction résidentielle et sur le processus visant à se

conformer aux méthodes d'évaluation locales. Le Conseil a aussi un service des ventes où l'on peut acheter des codes et normes de produits étrangers et internationaux. Composez le 1-800-267-8220 ou le (613) 238-3222.

Prix sur le marché du logement

1) Le *Bulletin mensuel des prix des produits de base*, CNUCED/GATT, Genève, Suisse.

2) *Tendances du commerce et des prix des produits de base*, publication annuelle, Banque mondiale, publiée par la John Hopkins University Press, Baltimore, Maryland, États-Unis.

3) *Annuaire statistique du commerce international*, Nations Unies, New York.

4) *Statistiques financières internationales*, Fonds monétaire international, Washington, D.C.

5) *Manuel de statistiques du commerce international et du développement*, supplément, CNUCED, Genève, Suisse.

L'acheteur inconnu

1) **Le délégué commercial du Canada dans le pays :** Il ou elle peut avoir entendu parler de votre acheteur. Le Service des délégués commerciaux compte plus de 600 agents de commerce dans 125 villes à l'étranger. Ses services sont gratuits. Vous pouvez obtenir le *Répertoire du Service des délégués commerciaux du Canada* en communiquant avec le MAECI, au 1-800-267-8376, ou accéder aux délégués par l'intermédiaire du site Internet du MAECI à l'adresse :

   http://www.dfait-maeci.gc.ca

2) **Votre banque :** Demandez des références de la banque sur votre questionnaire de présélection lorsque vous recevez la commande de l'acheteur inconnu. Faites-les vérifier par votre banque. Les banques doivent être discrètes, alors apprenez à lire entre les lignes. Une bonne pratique consiste à demander des références de la banque pour la même entreprise régulièrement et à rester à l'affût de tout changement de l'information. Les services des banques sont gratuits.

3) **La Société pour l'expansion des exportations :** Une excellente source pour la présélection de l'acheteur, si vous traitez avec un pays qui n'est pas membre de l'OCDE, mais elle ne donnera pas d'information confidentielle sur l'acheteur à l'exportateur. À Ottawa, composez le (613) 598-2500 ou consultez les pages blanches sous Société pour l'expansion des exportations.

4) **Références commerciales** : Demandez des références sur votre questionnaire de présélection. Les entreprises parlent la langue des affaires, alors n'hésitez pas à poser des questions précises lorsque vous communiquez avec elles.

5) **Groupes commerciaux ethnoculturels du Canada** ou chambres de commerce liées au pays inconnu : ces organismes pourraient fort bien connaître votre acheteur. Le ministère du Patrimoine canadien publie un répertoire de ces groupes, intitulé *Le multiculturalisme, une bonne affaire* (voir la bibliographie commentée).

6) **Agents commerciaux étrangers** : Si vous en connaissez un ou plus, écoutez-les pour obtenir d'autres références et(ou) pour mettre en contexte l'information que vous recevez d'autres sources.

7) **Votre conseiller juridique** : Consultez un avocat spécialisé en droit international. Si vous décidez de conclure le marché d'exportation, demandez à votre avocat de vérifier tous les documents et toutes les formules, propositions de prix, commandes, etc. avant que vous les envoyiez à l'acheteur. En particulier, votre avocat devrait examiner minutieusement votre contrat de vente pour s'assurer qu'il contient des clauses vous protégeant contre toutes les éventualités. (Vous trouverez quelques clauses typiques dans le chapitre 6.)

8) **Dun & Bradstreet Canada** : Moyennant le paiement d'un droit, cette entreprise enquêtera sur une entreprise étrangère et soumettra un rapport de solvabilité. *La plupart des exportateurs canadiens prospères utilisent ce service.* Pour de l'information préliminaire, Dun & Bradstreet publie des répertoires de commerce régionaux. En plus, l'entreprise publie des guides précis portant sur l'exportation : *Exporter's Encyclopedia*, guides d'exportation vers l'Allemagne, Israël, le Japon, le Mexique, les États-Unis, etc. Composez le 1-800-463-6362, écrivez au 5770, rue Hurontario, Mississauga (Ont.) L5R 3G5 ou accédez à son site Web à l'adresse suivante :

http://www.dbisna.com

Autres sources

1) **Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada (AMEC)** : AMEC est une organisation nationale privée sans but lucratif. Elle a des données à jour sur toutes les questions liées au commerce. L'AMEC publie des bulletins réguliers sur le commerce international, a une importante bibliothèque de prêt et communique régulièrement avec les acheteurs et agents étrangers. Elle est aussi une source d'information sur les programmes d'exportation fédéraux et provinciaux, les maisons de commerce et les services liés à l'exportation. Située à Ottawa. Téléphone : (613) 238-8888.

2) **Institut canadien de l'habitation usinée** : Ottawa : (613) 563-3520.

3) **Manufactured Housing Association of Canada** : Encourage le commerce national et international. Thornhill (Ont.) : (905) 225-6950

4) **Association du commerce bilatéral** : Établit un lien entre les gens d'affaires canadiens et leurs homologues de pays particuliers. Communiquez avec les divisions de promotion du commerce par zone géographique du MAECI : 1-800-267-8376

5) **La chambre de commerce du pays** dans lequel vous voulez faire des affaires vous remettra des adresses utiles et publiera aussi un avis annonçant votre intérêt dans sa revue. Il y a environ 3 400 chambres au monde, dont 2 000 aux États-Unis.

6) **Les transitaires et compagnies d'assurance** peuvent vous transmettre les adresses d'agents, de distributeurs et d'importateurs. Il se peut aussi qu'ils aient une certaine expérience des conditions de crédit de votre acheteur.

7) **Les attachés commerciaux des ambassades** sont de bonnes sources d'invitations pour les appels d'offres publiques. Cherchez les ambassades dans les pages blanches.

7. Sources gratuites ou à faible coût dans Internet

Sites canadiens – Gouvernementaux

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Offre des conseils sur l'exportation, des renseignements sur les marchés et de l'aide pour la commercialisation. InfoEx est un service sans frais qui offre de l'information sur les programmes et services gouvernementaux liés à l'exportation au numéro 1-800-267-8376 ou l'accès au principal site Web à l'adresse :

http://www.dfait-maeci.gc.ca

Pour le commerce avec les États-Unis, communiquez avec l'Ambassade du Canada à Washington, D.C., à l'adresse :

http://www.cdnemb-washdc.org/

Industrie Canada
Le principal site Internet d'Industrie Canada se trouve à l'adresse suivante :

http://info.ic.gc.ca

Strategis offre trois bases de données utiles, entre autres : débouchés d'affaires, commerce et investissement à l'échelle internationale, qui fournit des statistiques sur le commerce international; information d'affaires par secteur, qui porte sur l'industrie canadienne : à l'heure actuelle (septembre 1996), elle ne contient qu'un petit pourcentage des entreprises de logement du Canada (réponse aux mots clés «logement» et «constructeurs»), mais une fois achevée, elle pourra générer un profil exhaustif de l'industrie canadienne du logement; et analyses et recherches micro-économiques, un outil d'analyse pour les bases de données ci-dessus et d'autres. On trouve Strategis à l'adresse suivante :

http://strategis.ic.gc.ca/

Conseil national de recherches du Canada
Accédez à l'Institut canadien de l'information scientifique et technique (ICIST) du CNRC pour de l'information technique sur les marchés étrangers (certains frais sont exigés) à l'adresse :

http://www.cisti.nrc.ca/cisti/cisti.html

Ressources naturelles Canada
Information sur le pays de l'acheteur, liens avec d'autres sites, y compris ceux de l'Organisation internationale de normalisation, des services d'information des Nations Unies, de la passerelle International Fax (envoyez une télécopie au moyen de Mosaic), le système de recherche de brevets dans Internet (de STO) et divers sites du gouvernement américain à l'adresse suivante :

http://www.RNCan.gc.ca

Revenu Canada
Répond aux questions sur les règlements de Douanes Canada

gopher://gopher.revcan.ca

Statistique Canada
Déterminez si vos concurrents font des affaires avec le pays aux adresses suivantes :

gopher://talon.statcan.ca:70
ftp://talon.statcan.ca/pub (mot de passe : guest)
http://www.statcan.ca

Sites canadiens – Non gouvernementaux

University of Victoria
Une liste maîtresse bien organisée de liens sur les questions économiques et de références à la plupart des ressources économiques dans Internet. Accédez à ce site à l'adresse suivante :

http://sol.uvic.ca/1/econ/depts.html1

Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada
http://www.palantir.ca/the-alliance

Sites internationaux – Généraux

The Economist Intelligence Unit (EIU)
http://www.i-trade.com/infosrc/eiu

Dun & Bradstreet Canada
http://www.dbisna.com

Transparency International
http://www.transparency.de

Chambre de Commerce Internationale
http://www1.usa1.com/~ibnet/icchp.html

Les Nations Unies

Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED)
Importants menus d'information sur les marchés des pays

gopher://unicc.org:70/11/UNCTAD

Organisation mondiale du commerce
Tendances du commerce et statistiques (1994), par région et pays

http://www.unicc.org/wto/int_trade_wpf.html

La Banque mondiale
Divers rapports économiques et sectoriels sur les pays et d'autres informations sur les publications de la Banque mondiale à son centre d'information. Adresse :

http://www.worldbank.org/html/PIC.html

Sites internationaux – Par région géographique

États-Unis

National Trade Data Bank
Cette base de données du ministère du commerce contient des rapports de recherche de base sur les marchés des pays et le *CIA World Fact Book* (profils de tous les pays du monde) ainsi que des listes de contacts dans une perspective américaine. Offert sur disque compact (moyennant le paiement d'un droit) ou dans Internet à :

http//www.stat-usa-gov/BEN/Services/ntdbhome.hmtl
http://www.stat-usa.gov/stat-usa.hmtl
http://www.odei.gov/cia/publications/95fact (CIA Factbook 1995)

Overseas Business Reports
Ce service de l'International Trade Administration offre des rapports en texte intégral sur les économies de la plupart des pays à :

http://www.ita.doc.gov/

International Macro-Economic Tables (par pays)
Ce site offre le Penn World Table, un ensemble très complet de comparaisons internationales (1950-1992), du *The Quaterly Journal of Economics*, à :

gopher://nber.harvard.edu:70/11/.pwt56

Afrique et Moyen-Orient

Information Bank on African Development Studies, à la Banque mondiale

Personne-ressource pour obtenir de l'information sur les pays et économies de l'Afrique a l'adresse électronique ci-dessous :

mali2@worldbank.org

Asie et pays côtiers du Pacifique

Pages d'accueil des pays

Ces pages ne vous donneront pas de données précises, mais il peut valoir la peine de les parcourir. Cherchez les noms de compagnies et les statistiques sur les marchés aux adresses suivantes :

Australie http://life.anu.edu.au/links/ozweb.html

Chine http://www.ihep.ac.cn/china_www.html
Hong Kong http://www.hk.super.net/~rlowe/bizhk/bhhome.html
Taïwan http://www.roc.com/

Banque asiatique de développement (BAsD)

Possibilités d'affaires (abonnés seulement) et renseignements sur les pays et les entreprises à :

http://www.asiandevbank.org

Business News – Singapour

Renseignements sur les affaires pour les exportateurs aux adresses suivantes :

http://sunsite.nus.sg/SEAlinks/singapore-info.html
gopher://gopher.cic.net/11
http://www.abn.com.sg (Asia Business News)

Hong Kong Business Directory

Dresse la liste de quelque 125 000 entreprises de Hong Kong et établit des liens avec d'autres sites en Asie :

http://www.hkdir.com.hk

Japan Business

Pour obtenir de l'information sur le milieu des affaires et l'économie du Japon, envoyez un message par courrier électronique à l'adresse suivante :

listserv@pucc.princeton.edu (subscribe 'Japan')

Japan Information Guide
Information sur le marché japonais dans la page de l'Université Stanford à l'adresse suivante :

http://fuji.stanford.edu/XGUIDE
http://www.ntt.jp

Europe

Page d'accueil de l'Union européenne
http://s700.uminho.pt:80/ec.html

Université Libre de Bruxelles
http://www.ulb.ac.be/

Nijenrode University
Traitement approfondi des affaires, de la finance, de l'économique, du système bancaire et du droit international et commercial; en plus, information sur les pays et les entreprises, l'Europe centrale et orientale, etc. :

http://www.nijenrode.nl/

ECONsult
Prévisions portant sur les économies de l'Europe de l'Est à l'adresse :

http://www.internex.net/

Ressources Internet Reesweb
Guide complet des ressources Internet sur les entreprises et pays et économies de l'ancienne Union soviétique et de l'Europe centrale et orientale :

http://crichton.nis.pitt.edu/~cjp/rsecon.html

Amérique latine et les Caraïbes

Les Caraïbes
CARICOM, une association commerciale des pays des Caraïbes, a entrepris un projet pour améliorer l'accès à l'information commerciale sur la région. Accédez au projet de développement des exportations de CARICOM (après vous être inscrit) par l'intermédiaire de son système de réponse automatique par télécopieur au (809) 436-2820. En plus, pour accéder à des bases de données en direct, composez le (809) 436-0578.

Latin America and Caribbean Network
Information sur les gouvernements et institutions à l'adresse suivante :

gopher://mia.lac.net

University of Texas
Information sur le monde des affaires de l'Amérique latine à l'adresse :

telnet://utcat.utexas.edu

Comment utiliser les sources Internet pour votre recherche de présélection

Nous avons trouvé les sites suivants au moyen d'une recherche par le mot clé «exportation» en utilisant le moteur de recherche Yahoo sur une période d'une heure. Nous vous les communiquons à titre d'exemple du type d'information que vous pouvez trouver rapidement dans Internet. Vous pouvez faire une recherche de ce genre vous-même. Utilisez des mots clés, comme le nom du pays, l'entreprise et les bases de données énumérées dans ce chapitre pour mieux vous renseigner sur votre acheteur inconnu. Il y a beaucoup d'autres moteurs de recherche et sites..

Chambre de Commerce International
http://www.ICC-IBCC.org

Dun & Bradstreet International
http://www.dbisna.com

MAECI
Information sur l'exportation, ainsi que des liens à d'autres sites liés au commerce :

http://www.dfait-maeci.gc.ca/

Banque Royale du Canada
Excellente ressource sur le financement, la solvabilité, les profils de pays et des liens à d'autres sites liés au commerce :

http://www.royalbank.com

Taiwan Imports/Exports
Site permettant de localiser des entreprises et produits :

http://www.roc.com/impexp/ Aussi, de l'information sur la République de Chine (Taïwan) en direct à l'adresse http://roc.com

Department of Export Promotion of Thailand (ministère de la promotion des exportations de la Thaïlande)
Listes choisies de foires commerciales et d'exportateurs, par ministère, à l'adresse suivante :

http://www.nectec.or.th/bureaux/dep/

Japan External Trade Organization (JETRO)
Favorise l'investissement international et l'exportation vers le Japon, donne les renseignements les plus récents sur les achats des gouvernements ainsi que sur l'économie et le commerce :

http://www.jetro.go.jp/

Répertoire des exportations internationales entre le Canada et les États-Unis (US Trade Centre Directory)
http://www.grasmick.com/ustrade.htm

KEYMEX – The KEY to MEXIcan exports
Une source sur les exigences, les délais et les coûts des approbations de sécurité du Mexique (Net Connection Corp. – vendre des produits au Mexique) :

http://jsasoc.com/keymexx.html

South Australian Regional Economic Development Boards (conseils de développement économique régional de l'Australie méridionale)
Occasion d'investissements et d'exportations, profils régionaux et statistiques et information sur le gouvernement local à l'adresse suivante :

http://www.wombat.com.au/wombat/showcase/eda/sa

Export directory of Denmark (répertoire de l'exportation du Danemark)
http://www.krak.dk/

Export Directory (répertoire des exportations)
TLa source la plus exhaustive d'information sur les exportations vers les États-Unis :

http://maingate.net/us-exports.html

RICE
Club d'affaires international dont le but est de favoriser l'expansion des affaires entre les compagnies françaises et étrangères :

http://www.cci.oise.fr/rice/index.html

8. Sources commerciales dans Internet

Beaucoup de bases de données électroniques utiles aux fins de la présélection ne sont disponibles que par l'intermédiaire de vendeurs commerciaux. Ces entreprises concluent des accords de concession de licences avec les propriétaires des bases de données et leur versent des redevances pour commercialiser et distribuer les matériaux électroniques. Les vendeurs commerciaux vous offrent, moyennant le paiement d'un droit, l'accès à un grand nombre et à un vaste choix de bases de données électroniques. Souvent, les bases de données se chevauchent, de sorte que le service que vous sélectionnez devient une question de choix personnel.

Les frais donnant accès aux bases de données par l'intermédiaire de vendeurs commerciaux peuvent comprendre les frais de télécommunications (ou d'interurbains), les frais de temps de branchement (le temps réellement consacré au travail dans la base de données) et les frais de saisie (impression, affichage ou téléchargement) des résultats des recherches. Il vaut la peine de se renseigner sur les prix. Certaines bases de données sont offertes par plus d'un fournisseur et le coût de leur utilisation peut varier grandement. S'il y a une base de données qui vous est particulièrement utile, envisagez la possibilité d'éviter le vendeur et d'aller directement à la source.

Par exemple, on peut accéder en direct à Dun & Bradstreet, une des sources les mieux connues d'information commerciale et sur le crédit, au moyen de Dialog qui compte plusieurs centaines de bases de données : il pourrait vous en coûter moins cher de vous abonner directement à Dun & Bradstreet.

La liste suivante de bases de données est divisée par pays ou région. Certaines portent spécifiquement sur une industrie particulière, comme les télécommunications ou les transports. Les numéros à composer, soit au téléphone ou en direct, sont fournis dans le tableau.

Numéros donnant accès aux vendeurs commerciaux

Compagnies	Téléphone	Adresse électronique ou site Internet
1) America Online	(800) 827-6364	
2) BRS (CD Plus)	(800) 955-0906	staff@cdpluscom
3) CompuServe	(800) 848-8199	
4) DataStar (via Dialog)	(800) 334-2564	telnet://dialog.com

Compagnies	Téléphone	Adresse électronique ou site Internet
5) Delphi Internet Services Corp.	(800) 544-4005 (É.-U.) (800) 387-2689 (Canada)	info@delphi.com
6) Dialog Information Services	(800) 334-2564	telnet://dialog.com
7) Dow Jones News Retrieval (via Mead Data)	(800) 227-4908 (513) 859-5398	telnet://nex.meaddata.com http://www.meaddata.com petern@MEADDATA.COM
8) Dun & Bradstreet	(800) 232-1026 (É.-U.) (203) 762-2511 (800) 463-6362 (Canada)	http://www.dbisna.com
9) GEnie Information Services	(800) 638-9636	
10) InfoGlobe (comprend une passerelle à Dow Jones et QuickLaw)	(416) 585-5250	
11) Infomart Dialog Limited	(800) 668-9215 (416) 442-2198	
12) Lexis-Nexis (via Mead Data)	(800) 227-4908 (513) 859-5398	telnet://nex.meaddata.com http://www.meaddata.com
13) NewsNet Inc.	(800) 345-1301 (215) 527-8030	
14) Orbit-Questel, Inc.	(800) 456-4274 (800) 995-0906	telnet://orbit.com
15) QL (QuickLaw) Systems Ltd.	(800) 387-0899	

Bases de données commerciales par région géographique

États-Unis		
Nom de la base de données	Contenu	Principal(aux) fournisseur(s)
D&B Electronic Business Directory and Market Identifiers	Fichiers répertoires d'information biographique sur les entreprises aux États-Unis.	Dialog Dun & Bradstreet
Directory of U.S. Importers and Exporters	Profils de compagnies américaines actives dans le commerce international.	Dialog
Management Contents	Offre de l'information à jour sur divers sujets liés au commerce et à la gestion pour faciliter la prise de décisions et la prévision. L'information est surtout tirée de publications américaines à laquelle s'ajoutent certaines données internationales.	Dialog
PAPERS	Donne accès à des publications sur le commerce et l'économie dans des journaux de toutes les régions des États-Unis.	Dialog
U.S. legal databases	Contient de l'information fournie par WESTLAW sur les règlements fédéraux américains, les règlements de certains États, l'Internal Revenue Service, des communiqués de presse, etc.	QL Systems (représente WESTLAW au Canada)
U.S. Court of International Trade Decisions	Donne de l'information sur les décisions du U.S. Court of International Trade (tribunal américain du commerce international) et du U.S. Customs Court (tribunal des douanes américaines)	WESTLAW (612) 228-2500
U.S. ITC Report	Porte sur les décisions de la U.S. International Trade Commission (commission américaine du commerce international) influant sur l'importation de produits étrangers.	NewsNet

Amérique du Nord		
Nom de la base de donnée	Contenu	Principal(aux) fournisseur(s)
ABI/Inform	Base de données exhaustive contenant des résumés de plus de 1 000 publications utiles aux exportateurs.	Dialog (É.-U.) Infomart Dialog (Can.) InfoGlobe (800) 268-9128 (416) 585-5250
Business Dataline	Articles en texte intégral tirés de publications commerciales régionales des États-Unis et du Canada.	Dialog (É.-U.) Infomart Dialog (Can.)
MarketScan Plus	Bases de données historiques exhaustives sur les instruments financiers et titres négociés dans toutes les grandes bourses de valeurs mobilières de l'Amérique du Nord.	InfoGlobe (800) 268-9128 (416) 585-5250
Source:Mex	Porte sur les conditions économiques au Mexique, y compris l'investissement étranger, le commerce extérieur et la dette extérieure.	NewsNet

International		
Nom de la base de donnée	Contenu	Principal(aux) fournisseur(s)
D&B International Dun's Market Identifers	Offre de l'information sur entre 2 et 3 millions de compagnies de pays autres que les États-Unis.	Dialog Dun & Bradstreet
Business International	Comprend de l'information commerciale provenant de quelques 60 pays : est axée sur les tendances économiques et politiques, les analyses de marché et les stratégies d'entreprise.	Dialog
Business Wire	Environ 90 % des articles de cette base de données sont liés aux affaires. Comprend des communiqués de presse en texte intégral provenant de plus de 10 000 sources.	Dialog

International (suite)		
Company Library (COMPNY)	Fournit de l'information financière et commerciale sur des milliers de compagnies de toutes les régions du monde.	Mead Data Central
Fairbase	Liste exhaustive de foires commerciales, d'expositions et de conférences à venir partout au monde.	BRS
Findex	Relève et décrit des rapports de recherches et études sur les industries et les marchés à l'échelle internationale.	Dialog
GATT	Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce.	QL Systems
Infomat International Business	Contient les résumés de 6 000 publications commerciales à travers le monde	Dialog
International Information Report	Donne des pistes et de l'information sur les personnes-ressources pour les rapports, les bases de données et liaisons téléphoniques d'urgence à travers le monde.	NewsNet
Investext	Rapports en texte intégral sur quelques 4 000 compagnies aux États-Unis et dans le reste du monde.	Dialog (É.-U.) Infomart Dialog (Can.) NewsNet
Moody's Corporate News (International)	Couverture complète de l'information commerciale et financière partout au monde.	Dialog
PAIS International	Comprend de la documentation sur le commerce et les sciences sociales, comprenant une couverture internationale sur l'économique, le commerce, les activités gouvernementales et les relations internationales.	BRS Dialog

International (suite)		
PTS – International Forecasts, F&S Index, Prompt, New Product Announcements and Newsletter Database	Séries de bases de données portant sur divers sujets de nature commerciale tirés d'une variété de documents internationaux de première main.	BRS Dialog
Tenders Electronic Daily		Infomart Dialog (Can)
Trade and Industry ASAP and Index	Index et résumés d'articles de quelques 2 000 publications de nature commerciale. L'index renvoie à des documents sur les affaires, le commerce et l'industrie à travers le monde..	Dialog
Tradstat World Trade Statistics Database	Donne des chiffres mensuels détaillés sur le commerce de plus de 60 000 produits de quelque 25 pays à travers le monde. À l'heure actuelle, les chiffres sur le commerce viennent de l'Europe, des États-Unis, du Canada, de l'Amérique du Sud et de l'Extrême-Orient.	Tradstat 011-44-71-930-2581
Wilson Business Periodicals Index	Information sur les index d'environ 350 des principaux périodiques d'affaires de langue anglaise de toutes les régions du monde.	BRS

Afrique et Moyen-Orient		
Nom de la base de donnée	Contenu	Principal(aux) fournisseur(s)
Africa News Services	Porte sur le développement politique, économique et culturel en Afrique.	NewsNet
Middle East/Africa Library	Contient de l'information sur tous les pays en Afrique et au Moyen-Orient. Les sources comprennent les revues professionnelles et commerciales, les rapports d'entreprises et les débouchés.	Mead Data Central
Middle East Business Intelligence	Axée sur les appels d'offres des gouvernements et les rapports préliminaires sur les occasions d'affaires.	NewsNet

Asia and the Pacific Rim		
Nom de la base de donnée	Contenu	Principal(aux) fournisseur(s)
Asia-Pacific	Porte sur les entreprises, l'économique et les nouvelles industries dans les pays côtiers du Pacifique.	Dialog
Asia/Pacific Rim Library	Fournit de l'information tirée de journaux, de revues professionnelles et de rapports d'entreprises sur les nouvelles commerciales, l'analyse financière et le commerce.	Mead Data Central
Asian Economic News	Rapports sur le commerce, l'endettement et les prêts des principaux intervenants en Extrême-Orient.	NewsNet
East Asia Express and East Asia Express Contracts	Contient de l'information pour les entreprises occidentales à la recherche d'occasions en Asie de l'Est, y compris de possibilités d'affaires et de projets.	NewsNet

Asia and the Pacific Rim (suite)		
East Asian Business Intelligence	Englobe les appels d'offres gouvernementaux et les rapports préliminaires sur les possibilités d'affaires actuelles et futures.	NewsNet
Japan Technology	Sources d'information exhaustives sur les faits nouveaux les plus récents en recherche, technologie et commerce au Japon.	Orbit
Kompass Asia/Pacific	Un fichier répertoire contenant de l'information commerciale sur quelque 200 000 entreprises des pays côtiers du Pacifique.	Dialog

Europe		
Nom de la base de donnée	Contenu	Principal(aux) fournisseur(s)
D&B European Dun's Market Identifers	Présente de l'information détaillée sur environ deux millions de commerces situés en Europe.	Dialog Dun & Bradstreet
Comtext (EEC Trade)	Contient des statistiques détaillées sur le commerce extérieur de l'Union européenne et de ses partenaires commerciaux.	WEFA Group (215) 667-6000
Delphes European Business	Une base de données française donnant de l'information sur les produits, les industries, les compagnies et les marchés internationaux du point de vue européen.	Dialog
Europe Library (EUROPE)	Fournit de l'information détaillée sur tous les pays européens, y compris de l'Europe orientale et centrale. Les sources d'information comprennent les revues professionnelles et commerciales, les rapports d'entreprise, etc.	Mead Data Central

Europe (suite)		
Extel International Financial Cards and News Cards	Offre des nouvelles et de l'information de base sur des entreprises britanniques et d'autres compagnies internationales.	Dialog
ICC British Company Directory	Source exhaustive pour les entreprises faisant des affaires en Grande-Bretagne.	Dialog

Europe (y compris l'Europe de l'Est et la Russie)		
Nom de la base de donnée	**Contenu**	**Principal(aux) fournisseur(s)**
ICC International Business Research	Offre des analyses complètes de compagnies britanniques et européennes.	Dialog
Kompass Europe and Kompass U.K.	Fichier répertoire donnant des renseignements commerciaux sur des compagnies en Europe et au Royaume-Uni..	Dialog
U.K. Importers	Contient de l'information biographique fondamentale sur les importateurs britanniques de produits particuliers.	DataStar
USSR Business	Suit les changements dans l'ancienne URSS et informe les utilisateurs des occasions dans toutes les républiques. Contient de l'information biographique de base sur les compagnies répertoriées.	NewsNet

Amérique latine et les Caraïbes		
Nom de la base de donnée	Contenu	Principal(aux) fournisseur(s)
Chronicle of Latin America Economic Affairs	Source d'information à jour sur les faits nouveaux économiques et commerciaux dans la région.	NewsNet
Info-South	Contient des citations et résumés tirés de publications de l'Amérique latine portant sur les questions économiques, politiques et sociales.	Dialog University of Miami (305) 284-6868
North South America Library (NSAMER)	Contient de l'information détaillée sur tous les pays en Amérique du Sud et en Amérique centrale, le Canada et les États-Unis.	Mead Data Central

9. La formation et les cours sur l'exportation

1. Le Forum pour la formation en commerce international est une initiative nationale de formation visant à aider les entreprises canadiennes à devenir plus efficaces sur le marché mondial, à mieux les sensibiliser aux possibilités d'exportation et à établir des normes de formation professionnelle en commerce international. La Chambre de commerce du Canada est le fer de lance de FITT qui l'élabore avec l'apport des organisations commerciales et d'affaires canadiennes. Les programmes offerts ou en cours d'élaboration comprennent Fitthabilités, un programme intensif conçu pour accroître les compétences en commerce international des individus, des entrepreneurs et des professionnels. Il comprend huit modules d'une durée de quarante-cinq minutes à une heure :

   Entreprenariat mondial
   Financement du commerce international
   Marchés internationaux : entrée et distribution
   Aspects juridiques du commerce international
   Marketing international
   Logistique en commerce international
   Recherche en commerce international
   Gestion en commerce international

2. **FITTservices** est un programme de perfectionnement professionnel composé de six ateliers destinés au secteur des services, plus particulièrement aux entreprises désirant améliorer leurs compétences en exportation.

3. **FITTentreprise** offre aux entreprises l'expertise et l'expérience disponibles auprès de FITT, dont des produits et des services de formation de haute qualité, concrets et pratiques, développés pour les circonstances spécifiques de chaque organisation et qui amélioreront son rendement et lui assureront de meilleurs résultats.

4. Certains programmes de formation sont offerts localement, comme celui de la direction générale des conseils et de la formation en exportation de la BC Trade Development Corporation (société pour l'expansion du commerce de la C.-B.), qui donne des conseils aux entreprises qui envisagent de se lancer dans l'exportation. Cette société assure aussi des services aux entreprises qui exportent déjà mais qui ont besoin d'aide professionnelle. Pour plus amples renseignements, communiquez avec la BC Trade Development Corporation, Vancouver (C.-B.), au (604) 844-1900 ou au 1-800-972-2255.

10. Bibliographie

Affaires étrangères et Commerce international Canada. *CanadExport*, de 8 à 12 pages. Bulletin sur les exportateurs canadiens et l'exportation publié toutes les deux semaines par le MAECI. Disponible à l'InfoCentre au 1-800-267-8376.

Affaires étrangères et Commerce international Canada. *Guide de l'exportateur*, Affaires étrangères et Commerce international Canada, 1996, 71 pages. ISBN : 0-662-2810457. On peut l'obtenir au Centre du commerce international le plus proche (il y en a au moins un dans chaque province).

Affaires étrangères et Commerce international Canada. *Guide de l'exportateur : conseils pratiques*, sixième édition, printemps 1993, 54 pages. Disponible à L'InfoCentre du MAECI au 1-800-267-8376. Texte de Geoff Nimmo et Michael MacDonald de l'Association des exportateurs canadiens. Une bonne vue d'ensemble brève de l'exportation.

Affaires étrangères et Commerce international Canada. *Répertoire du Service des délégués commerciaux du Canada*, Affaires étrangères et Commerce international Canada, Direction générale des communications sur le commerce et base de données de l'InfoCentre (8XA), 1995, 61 pages. Disponible au Centre du commerce international le plus proche (il y en a au moins un dans chaque province).

Affaires étrangères et Commerce international Canada. *Stratégie pour le commerce international 1996-1997 : Aperçu*, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1996, 61 pages. ISSN : 1209-6318. On peut l'obtenir au Centre du commerce international le plus proche (il y en a au moins un dans chaque province).

Antaki, Nabil N. *La filière du contrat international*, Les Publications du Québec, Québec, 1994., 81 pages. ISBN : 2-551-16161-4. Prix : 14.95 $. En français, du ministère des Affaires internationales du Québec. Le meilleur guide abrégé de son genre sur les tenants et aboutissants des contrats internationaux. Lisez les sections portant sur la façon de négocier un contrat international, les opérations de crédit documentaire et les litiges et l'arbitrage.

Bottin International. Un répertoire français publié en plusieurs langues, y compris en anglais, dressant la liste d'agents, d'importateurs, de chambres de commerce et de courtiers en douane.

Chambre de Commerce Internationale. Nombreuses publications sur le processus d'exportation, la fraude, la corruption, des pays particuliers, l'assurance maritime, etc. Pour obtenir une liste de publications et d'autres renseignements utiles, communiquez avec Mme Barbara Fisher, Publications et Finances, Conseil canadien pour le commerce international (CCCI), 55, rue Metcalfe, pièce 1160, Ottawa (Ont.), K1P 6N4. Tél. : (613) 238-4000, télécopieur : (613) 238-7643.

Commerce Weekly. Publié à Washington, DC, par le ministère du commerce des États-Unis. Contient beaucoup de demandes de renseignements de l'étranger.

Curran, Anne et Gerhard Kautz. *Exporting from Canada: A practical guide to finding and developing export markets for your product or service*, troisième édition, Self-Counsel Press, une division de International Self-Counsel Press Ltd. Canada and United States, août 1994. ISBN 0-88908-786-5. 120 pages. Prix : 23 $. Voir le chapitre 2 sur la préparation et le chapitre 7 sur le contrat de vente et la documentation pour l'exportation.

Gordon, John S. *Profitable Exporting: A Complete Guide to Marketing Your Products Abroad*, deuxième édition, John Wiley & Sons, 1993, 388 pages, ISBN : 0-471-57514-3. Prix : 120$. Écrit pour des lecteurs américains, mais néanmoins exhaustif et détaillé. Voir en particulier la première partie qui indique comment s'organiser en vue d'exporter, pages 1 à 49.

Industrie, Sciences et Technologie Canada. *À dix pas du succès : La petite entreprise canadienne sur les marchés internationaux – Rapport sur la petite entreprise au Canada 1992*, Bureau de l'entrepreneurship et de la petite entreprise, ISTC et ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1992, 96 pages. ISBN : 0-662-97886-2. Guide de l'exportateur portant sur les principaux sujets. Voir en particulier l'étape 2 portant sur la sélection des marchés-cibles étrangers et la recherche sur ces marchés. Comprend de nombreuses listes de contrôle pour l'auto-évaluation.

Pages Jaunes Internationales. Dresse la liste des personnes qui ont payé pour attirer l'attention des personnes intéressées au commerce international.

Patrimoine canadien. *Le multiculturalisme, une bonne affaire : Répertoire à l'intention des gens d'affaires*, 1993, 92 pages. Répertorie des organisations commerciales ethno-canadiennes ayant des relations avec de nombreux pays. Organisé par province, il contient aussi des sections sur les médias ethniques et les répertoires ethnoculturels. On peut l'obtenir dans les bibliothèques.

Société canadienne d'hypothèques et de logement. *Cadre stratégique national à l'intention des exportateurs du secteur de l'habitation : Rapport du Groupe d'étude fédéral des stratégies d'exportation relatives à l'habitation*, non daté, accompagne le volume ci-dessous, 16 pages. Document stratégique clé du gouvernement fédéral publié par le Groupe d'étude comprenant des représentants de la SCHL, d'Industrie Canada, du MAECI, de Ressources naturelles Canada et du Conseil national de recherches du Canada.

Société canadienne d'hypothèques et de logement. *Répertoire des sources offrant un soutien aux exportateurs canadiens du secteur de l'habitation*, septembre 1995, 53 pages. Résumé des programmes et services fédéraux, provinciaux et autres du Canada qui appuient les exportateurs canadiens du secteur de l'habitation, publié par la Division des relations internationales de la SCHL.